

allegro

SKONSOLIDOWANY RAPORT ROCZNY
GRUPY ALLEGRO.EU

za rok zakończony 31 grudnia 2022 r.



SPIS TREŚCI

LIST OD PREZESA	4	NOTY DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW	396
I. INFORMACJE OGÓLNE	7	8. Informacje dotyczące segmentów działalności	396
1. Definicje	8	9. Przychody z umów z klientami	402
2. Wprowadzenie	10	10. Przychody finansowe i koszty finansowe	412
3. Stwierdzenia dotyczące przyszłości	11	11. Podatek dochodowy	413
4. Prezentacja informacji finansowych	12	12. Zysk przypadający na jedną akcję	418
II. RAPORT Z DZIAŁALNOŚCI	17	NOTY DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA Z SYTUACJI FINANSOWEJ	420
1. Wybrane skonsolidowane dane finansowe i operacyjne	18	13. Wartości niematerialne i prawne	420
2. Omówienie i analiza przez kierownictwo sytuacji finansowej i wyników działalności operacyjnej	20	14. Rzeczowe aktywa trwałe	428
3. Podsumowanie najważniejszych wydarzeń	44	15. Zapasy	432
4. Raport na temat wynagrodzeń	50	16. Należności handlowe oraz pozostałe należności	433
5. Oczekiwania dla Grupy	90	17. Przedpłaty	435
6. Aktualne trendy sprzedażowe	93	18. Pożyczki konsumenckie	436
III. RAPORT NIEFINANSOWY	99	19. Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	444
1. Model biznesowy, działalność operacyjna i ład korporacyjny	100	20. Kredyty i pożyczki	445
2. System zarządzania ryzykiem, czynniki ryzyka i kwestie regulacyjne	138	21. Leasing	448
3. Nasze podejście do kwestii środowiskowych, społecznych i zarządczych	216	22. Podatek odroczony	454
IV. SPRAWOZDANIE FINANSOWE	353	23. Zobowiązania wobec pracowników	458
1. Oświadczenie o odpowiedzialności	354	24. Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania	462
2. Sprawozdanie z badania	356	25. Pochodne instrumenty finansowe	463
3. SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE	368	26. Aktywa i zobowiązania finansowe	467
Skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów	368	NOTA DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA ZE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM	470
Skonsolidowane sprawozdanie z sytuacji finansowej	370	27. Kapitał własny	470
Skonsolidowane sprawozdanie ze zmian w kapitale własnym	372	NOTY DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH	477
Skonsolidowane sprawozdanie z przepływów pieniężnych	374	28. Informacje o przepływach pieniężnych	477
NOTY DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO	376	RYZYKA	482
1. Informacje ogólne	376	29. Istotne szacunki i osądy księgowe	482
2. Podstawa sporządzenia	377	30. Zarządzanie ryzykiem finansowym	496
3. Podsumowanie istotnych zasad rachunkowości	378	31. Zarządzanie kapitałem	510
4. Skład Rady Dyrektorów	385	POZYCJE POZABILANSOWE	511
5. Połączenia jednostek gospodarczych	386	32. ZOBOWIĄZANIA WARUNKOWE	511
6. Struktura grupy	392	33. Aktywa, na których zostały ustanowione zabezpieczenia	516
7. Zatwierdzenie skonsolidowanego sprawozdania finansowego	395	34. Zobowiązania z tytułu umów	517
		35. Zdarzenia po dacie bilansowej	518
		POZOSTAŁE INFORMACJE	520
		36. Transakcje z podmiotami powiązanymi	520
		37. Zatrudnienie	521
		38. Wynagrodzenie kierownictwa	522
		39. Wynagrodzenie biegłego rewidenta	523

Szanowne Akcjonariuszki, Szanowni Akcjonariusze,

Allegro jest co do zasady systemem naczyni połączonych. Łączymy bowiem ponad sto tysięcy małych, średnich i dużych firm z milionami konsumentów. Choć mamy specjalne zespoły, które zajmują się rekrutacją sprzedawców specjalizujących się w określonych kategoriach i zachęcaniem ich do rozszerzania swojej oferty, sprzedawcy są w pełni niezależnymi podmiotami, podejmującymi własne decyzje biznesowe. Pojedynczy gracz nigdy nie będzie w stanie rywalizować ze zbiorową siłą tysięcy niezależnych sprzedawców podejmujących miliony decyzji w oparciu o własną wiedzę i doświadczenie. Dzięki naszym działaniom, nasz marketplace oferuje konsumentom wyjątkowy wybór, konkurencyjne ceny i wygodę. Model ten prosperował w okresach stabilności gospodarczej i wzrostu i radzi sobie dobrze nadal, nawet gdy niepewni przyszłości konsumenci wydają ostrożniej. Wiedzą oni bowiem, że jeśli produkt zmieści się w pudełku (a czasem może to być bardzo duże pudełko), to z dużym prawdopodobieństwem uda się go znaleźć w dobrej cenie na Allegro. Szczególnie w przypadku konsumentów mieszkających poza dużymi miastami nasza oferta nie ma sobie równej lokalnie.

Jesteśmy niezmiernie wdzięczni polskim klientom za dużą lojalność pomimo całej niepewności ostatnich lat. Nasz model biznesowy zapewnił Allegro solidny wzrost przychodów i zwiększanie efektywności kosztowej także w obliczu niestabilności związanej z wojną, wysoką inflacją i słabnącym popytem konsumpcyjnym. Allegro zamknęło zeszły rok wzrostem GMV (wartości sprzedaży brutto) o 15,9%. Przychody wzrosły o 24,1% rok do roku, a skorygowana EBITDA była o 11,6% wyższa – wszystko zgodnie z przedstawionymi przez nas oczekiwaniami. W coraz większym stopniu skupiamy nasz rozwój na wybranych obszarach. W bardziej zdyscyplinowany sposób podchodzimy też do naszych wydatków i decyzji inwestycyjnych. Dzięki temu nasz wskaźnik długu netto do Skorygowanej EBITDA obniżał się systematycznie, osiągając na koniec roku poziom 2,9x (w porównaniu do 3,5x w drugim kwartale).

Po pandemii, kiedy to byliśmy dla wielu kołem ratunkowym, Allegro ugruntowało swoją pozycję jako platforma online pierwszego wyboru dla polskich konsumentów szukających odpowiednich cen i jakości. Dziewięć na dziesięć najpopularniejszych produktów w Polsce dostępnych jest w najniższej cenie właśnie na Allegro^[1]. Weszliśmy w 2023 rok z ponad 14 milionami aktywnych kupujących, których średnie

wydatki rosły przez cały 2022 rok, potwierdzając naszą atrakcyjność na krajowym rynku. Coraz szybsze tempo pozyskiwania sprzedawców przełożyło się zaś na 290 mln ofert, z których około jedna trzecia jest gotowa do eksportu. Allegro Smart! i Allegro Pay to synonimy wygodnych e-zakupów w Polsce. Mamy już też ponad 2.500 własnych automatów paczkowych One Box, działających w ramach naszej sieci liczącej 60.000 punktów odbioru przesyłek, a ponad 11 mln aktywnych użytkowników korzysta z naszych usług za pomocą nowoczesnej aplikacji mobilnej Allegro – najpopularniejszego narzędzia zakupowego w Polsce^[2]. Allegro Pay jest idealnym wyborem dla kupujących, którzy chcą zracjonalizować swoje wydatki. W 2022 roku za pośrednictwem naszego fintechu udzielono pożyczek o wartości ponad PLN 5,5 mld, czyli więcej niż planowaliśmy i ponad 3,7 raza więcej niż rok wcześniej. Allegro Pay jest teraz gotowy do wejścia na jeszcze wyższy poziom dzięki nowym produktom i usługom finansowym planowanym na 2023 rok.

Chociaż jesteśmy dumni z naszej pozycji w Polsce i nadal szukamy nowych sposobów rozwoju w kraju, chcemy udostępnić nasz model marketplace konsumentom spoza rodzimego rynku aby zdynamizować wzrost. Z perspektywy czasu jasne jest, że kupiliśmy MALL Group i WE|DO na szczycie koniunktury, ale aktywa te są strategicznym przyczółkiem do rozszerzenia rynku detalicznego, na którym działamy, do PLN 1,14 bln, a naszej bazy potencjalnych klientów do 70 mln osób. Koncentrujemy się teraz na zbliżającym się uruchomieniu Allegro.cz w Czechach, który to proces jest już bardzo zaawansowany. Z powodzeniem udostępniliśmy już usługę Smart! dla czeskich konsumentów i jesteśmy przekonani, że będą oni zachwyceni wyborem i atrakcyjnymi cenami, jakie oferuje nasz marketplace. Perspektywa połączenia małych i dużych przedsiębiorców – w tych już sprzedających na MALLu – ze stale powiększającą się pulą lojalnych konsumentów jest, przynajmniej, bardzo ekscytująca. Naszym celem jest umożliwienie lokalnym firmom wystawienia ofert w jednym miejscu ale sprzedaży w całym regionie – możliwości, która powinna stawać się coraz bardziej atrakcyjna w miarę ożywienia gospodarczego i rozszerzania się rynku, na którym Allegro działa.

Rozpoczęta w zeszłym roku praca nad stworzeniem jednej firmy zdolnej do obsługi klientów w sześciu krajach teraz zdecydowanie nabiera tempa. Dostosowania minimalnej wartości zamówienia i naszych prowizji

poprawiły efektywność Allegro Smart! oraz ekonomikę dostaw, podczas gdy w MALLu koncentrujemy się na tzw. „retail basics”, czyli podstawami w handlu, aby poprawić rentowność sprzedaży własnej. W ubiegłym roku zaczęliśmy wdrażać program redukcji kosztów pod nazwą „Fit to Grow” i – jak zobaczycie w tym raporcie – robimy postępy, a program przynosi coraz większe korzyści. Powinienem zaznaczyć, że większość tego typu programów ostatecznie dobiega końca, ale ten projekt traktuję jako punkt wyjścia do dalekosiężnego budowania nastawienia firmy na ciągłe doskonalenie się. Chcę, abyśmy stale pracowali nad poprawą jakości naszej oferty, niezawodności naszych usług i oczywiście naszej struktury kosztów.

Wraz z głównymi menedżerami sformułowaliśmy „Siedem Priorytetów” i przedstawiliśmy je inwestorom w ciągu pierwszych trzydziestu dni mojej kadencji. W ramach pierwszych trzech uwagę poświęcamy ożywieniu wzrostu, a w przypadku kolejnych trzech koncentrujemy się na ciągłej poprawie wspomnianej już naszej struktury kosztów. Nie powinniśmy jednak zapominać, że kluczowym wyznacznikiem sukcesu każdej firmy jest wiedza i motywacja ludzi, którzy w niej pracują. Czasy rynkowego boomu mamy już za sobą i nasza organizacja musi się do nowych okoliczności odpowiednio dostosować. Allegro przyciąga talenty z branży technologicznej, detalicznej i operacyjnej w Polsce, a w ostatnich latach było także magnesem dla talentów międzynarodowych. Nasza praca nad People & Culture – ostatnim, ale absolutnie nie najmniej ważnym z naszych priorytetów – polega na określeniu, jak chcielibyśmy, aby działali nasi liderzy, a także budowaniu mechanizmów odkrywania talentów i sposobów ich rozwoju. Wciąż jesteśmy na początku tego projektu, ale jestem przekonany, że będzie on miał kluczowe znaczenie w zachęcaniu menedżerów z regionu do pracy w naszej firmie oraz do rozwijania się wraz z nią.

Nasze kompleksowe podejście do kwestii ESG przełożyło się na podwyższenie naszej oceny w ramach MSCI ESG Rating do AA z A oraz pierwsze miejsce wśród Liderów Różnorodności w naszym sektorze w rankingu Financial Times i firmy Statista^[3]. Allegro jest jedną z zaledwie pięciu dużych firm z polski, któ-

rych cele klimatyczne – w tym zobowiązanie do prawie 38% redukcji emisji gazów cieplarnianych w zakresie 1 i 2 do 2030 roku^[4] – zostały zatwierdzone przez SBTi^[5]. Na naszej platformie Allegro Charytatywni zebraliśmy kwotę PLN 56 mln, włączając pomoc dla uchodźców z ogarniętej wojną Ukrainy. Nasi mile widziani goście mogą również skorzystać z oferty Allegro w języku ukraińskim.

To prawdziwe szczęście i duma móc przewodzić tak wyjątkowej grupie. Kiedy po raz pierwszy przedstawiłem się zespołowi, porównałem firmy do zespołów rockowych. Wedle statystyk, mniej niż jeden procent muzyków jest w stanie muzyką zarobić na życie. Jeszcze mniej, a dokładnie 5.745 w ciągu pięćdziesięciu lat, kiedykolwiek trafiło na listę przebojów, a mniej niż połowa (47,5%) była w stanie ten wyczyn powtórzyć. Niezależnie od tego, czy uważamy tę analogię za słuszną, z pewnością podkreśla ona fakt, że bez względu na dziedzinę sukces jest rzeczą rzadką, a powtarzalny sukces jest czymś jeszcze radszym. Allegro może nie jest zespołem rockowym, ale już od ponad dwudziestu lat zdobywa sobie fanów. Podobnie jak najbardziej utytułowane gwiazdy w muzycznym Hall of Fame, Allegro było w stanie szybko dostosować się do zmieniających się potrzeb odbiorców i branżowych reguł gry. Jest to obecnie jeden z nielicznych przykładów rodzimej europejskiej platformy marketplace działającej na tak dużą skalę. A do tego platformy, która planuje zaprezentować się nowej publiczności. W ciągu najbliższych kilku miesięcy jedziemy więc w trasę. Pierwszy przystanek, Czechy.



Roy Peticucci
CEO

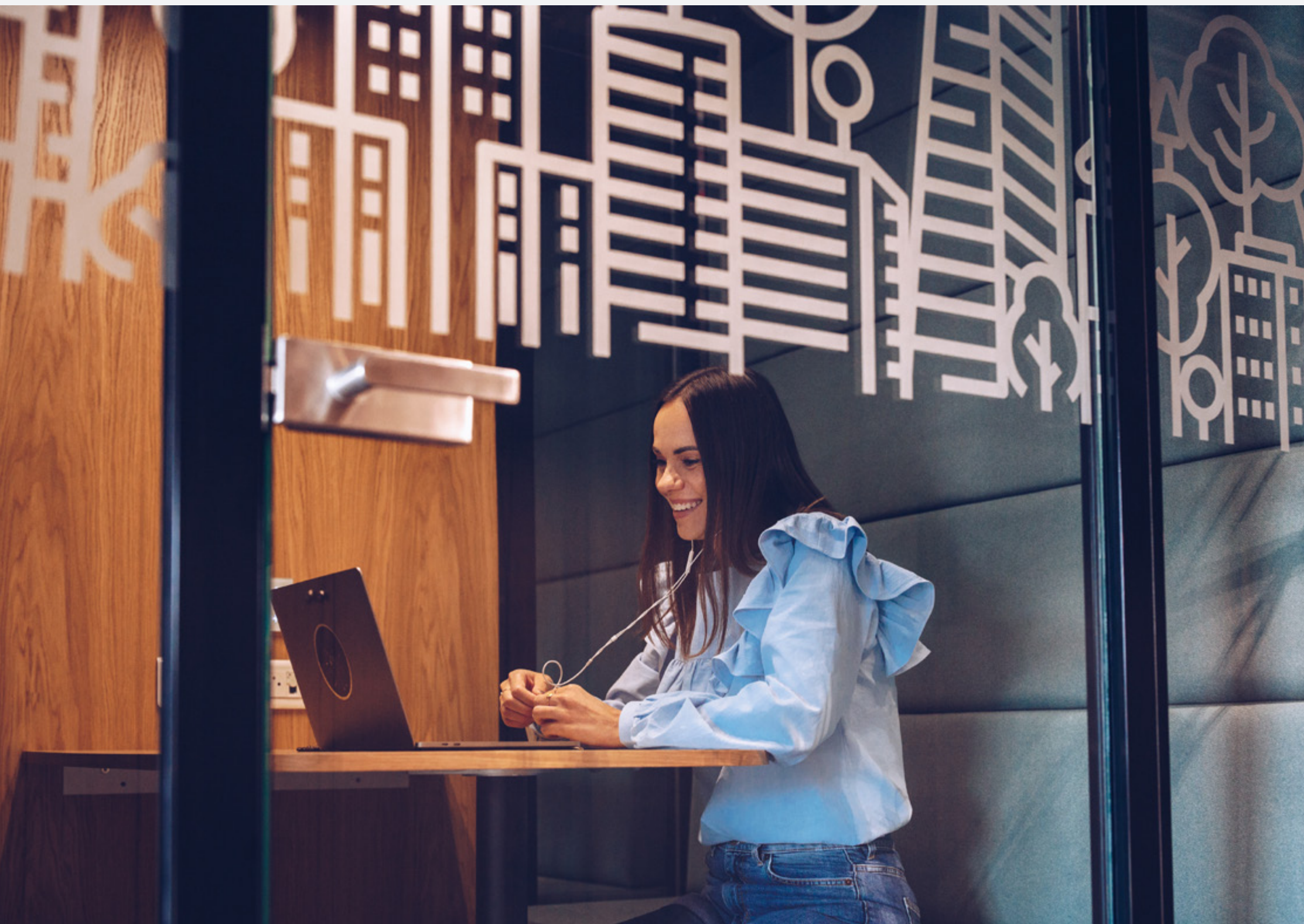
[1] Mierzone wskaźnikiem PDR (Price Defect Rate)

[2] Allegro jako najpopularniejsza aplikacja e-commerce w Polsce pod względem średniej liczby aktywnych użytkowników w miesiącu, łącznej liczby ściągnięć otaz czasu całkowitego; dane data.ai na Q4 2022

[3] Ranking FT-Statista oparty jest na badaniu niezależnych opinii ponad 100.000 pracowniczek i pracowników w Europie, w 850 firmach. Najwyższe łączne noty zostały ujęte na finalnej liście Diversity Leaders

[4] Bazą jest rok 2021

[5] SBTi, czyli Science Based Targets initiative, to element ambitnych działań klimatycznych korporacji, mających na celu redukcję emisji w myśl naukowych wytycznych



allegro

I.
Informacje
ogólne

1. Definicje

O ile z kontekstu nie wynika inaczej, w niniejszym dokumencie mają zastosowanie następujące definicje:

„1P”	Dotyczy działalności własnej.
„3P”	Dotyczy działalności prowadzonej przez podmioty zewnętrzne.
„9 mies.”	Okres dziewięciu miesięcy zakończony 30 września danego roku
„AIP”	Program motywacyjny Allegro Incentive Plan.
„Allegro”	Allegro sp. z o.o. (od 1 lipca 2022 r., dawniej: Allegro.pl sp. z o.o.)
„Allegro Pay”	Allegro Pay Sp. z o.o.
„APM” lub „Skrytki”	Automaty paczkowe.
„BaaS”	Bankowość jako usługa (Bank-as-a-Service)
„BNPL”	Kup teraz, zapłać później (Buy Now Pay Later).
„Ceneo.pl”	Ceneo.pl sp. z o.o.
„EŚW”	Europa Środkowa i Wschodnia
„CE-5”	Pięć krajów w Europie Środkowej, w których działała Mall Group: Chorwacja, Czechy, Węgry, Słowacja, Słowenia
„Cinven”	W zależności od kontekstu, dowolna, dowolne lub wszystkie z następujących spółek: Cinven Partnership LLP, Cinven Holdings Guernsey Limited, Cinven (Luxco 1) SA wraz z ich odpowiednimi „podmiotami powiązanymi” (zgodnie z definicją w brytyjskiej Ustawie o spółkach z 2006 r.) oraz/lub fundusze zarządzane przez którąkolwiek z tych spółek lub podmiotów albo takie, na rzecz których dowolna z tych spółek lub dowolny z tych podmiotów świadczy usługi doradcze.
„Spółka” lub „Allegro.eu”	Allegro.eu – spółka akcyjna (société anonyme), utworzona zgodnie z przepisami prawa luksemburskiego, z siedzibą pod adresem: 1, rue Hildegard von Bingen, L-1282 Luksemburg, Wielkie Księstwo Luksemburga, wpisana do luksemburskiego Rejestru Handlowego i Spółek (Registre de Commerce et des Sociétés, Luxembourg) pod numerem B214830.
„CPC”	Koszt opłaty za jedno kliknięcie (Cost Per Click)
„eBilet”	eBilet Polska Sp. z o.o.
„KE”	Komisja Europejska.

„UE”	Unia Europejska.
„z wyłączeniem Mall”	z wyłączeniem istotnych informacji dotyczących Mall Group a.s. i WE DO CZ s.r.o. oraz ich operacyjnych bezpośrednich i pośrednich jednostek zależnych.
„Rok obrotowy”	Rok obrotowy Grupy kończący się 31 grudnia odpowiedniego roku kalendarzowego.
„GMV”	Wartość sprzedaży brutto.
„Grupa”	Allegro.eu i jej spółki zależne podlegające konsolidacji.
„MSR”	Międzynarodowe Standardy Rachunkowości przyjęte przez UE.
„MSSF”	Międzynarodowe Standardy Sprawozdawczości Finansowej przyjęte przez UE.
„IPO”	Pierwsza oferta publiczna akcji Spółki na GPW.
„z uwzględnieniem Mall”	z uwzględnieniem istotnych informacji dotyczących Mall Group a.s. i WE DO CZ s.r.o. oraz ich operacyjnych bezpośrednich i pośrednich jednostek zależnych.
„IT”	Technika informatyczna.
„I poł.”	Pierwsze półrocze danego roku, okres sześciu miesięcy zakończony 30 czerwca.
„II półrocze”	Drugie półrocze danego roku, okres sześciu miesięcy zakończony 31 grudnia.
„Kluczowi Członkowie Kierownictwa Wyższego Szczebla”	Osoba pełniąca obowiązki kierownicze, wspólnie Członkowie Rady Dyrektorów Allegro.eu, Członkowie Zarządu Allegro oraz – wyłącznie w odniesieniu do I kw. 2022 r. – Członkowie Zarządu Ceneo.pl Po przejęciu Grupy Mall, począwszy od 1 kwietnia 2022 r., Członkowie Zarządu Ceneo.pl przestali być uznawani za Kluczowych Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla powiększonej Grupy.
„Skrytki” lub „APM”	Automaty paczkowe.
„Ostatnie 12 mies.”	Ostatnie 12 miesięcy. Oznacza okres dwunastu miesięcy poprzedzający koniec okresu.
„Luksemburg”	Wielkie Księstwo Luksemburga.
„Grupa Mall”	Spółka Mall Group a.s. wraz z jej operacyjnymi spółkami bezpośrednio i pośrednio zależnymi.

„Przejęcie Grupy Mall”	Przejęcie spółek Mall Group a.s. i WE DO CZ s.r.o., ogłoszone w dniu 4 listopada 2021 r. i zakończone w dniu 1 kwietnia 2022 r.
„Segment Mall”	Grupa Mall a.s. i WE DO CZ s.r.o. (CZ) oraz ich operacyjne bezpośrednio i pośrednio jednostki zależne w roku obrotowym 2022: WE DO s.r.o. (SK), Internet Mall a.s., Internet Mall Hungary Kft, Mimovrste, spletna trgovina d.o.o., Internet Mall Slovakia s.r.o., Internet Mall d.o.o., Netretail Sp. z o.o. w likwidacji, m-HU Internet Kft., E-commerce Holding a.s., CZC.cz s.r.o., AMG Media a.s. Podmioty te tworzą „Segment Mall”, który stanowi segment sprawozdawczy uwzględniony w sprawozdaniu finansowym Grupy.
„MOV”	Minimalna wartość zamówienia niezbędna do otrzymania usługi lub rabatu.
„N/D”	Nie dotyczy.
„DND”	Dostawa następnego dnia.
„UOKiK”	Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, UOKiK
„Permira”	W zależności od kontekstu, dowolna, dowolne lub wszystkie z następujących spółek: Permira Holdings Limited, Permira Debt Managers Limited, Permira Advisers (London) Limited, Permira Advisers LLP wraz z jednostkami zależnymi Permira Holdings Limited prowadzącymi działalność w danym czasie, oraz rozmaitymi podmiotami, które prowadzą własną działalność jako doradcy lub konsultanci w odniesieniu do funduszy, w odniesieniu do których Permira świadczy usługi doradcze i/lub którymi zarządza.
„PLN, lub „złoty”	Złoty polski, waluta obowiązująca w Polsce.
„Polska”	Rzeczpospolita Polska.
„Działalność w Polsce”	Spółki Allegro.eu S.A., Allegro Treasury S.à r.l. i jej skonsolidowane jednostki zależne prowadzące działalność w Polsce, stanowiące połączenie segmentów sprawozdawczych „Allegro”, „Ceneo” i „Inne”: Allegro Sp. z o.o. (dawniej funkcjonująca pod nazwą: Allegro sp. z o.o.), Allegro Pay sp. z o.o., Allegro Finance sp. z o.o., Opennet.pl sp. z o.o. i SkyNet Customs Brokers sp. z o.o. tworzą razem „Segment Allegro”; Ceneo.pl Sp. z o.o. tworzy „Segment Ceneo”; Allegro Treasury S.à r.l., Allegro.eu S.A. i eBilet Polska Sp. z o.o. tworzą razem „Segment Inne”.
„p.p.”	Punkty procentowe.
„PPA”	Alokacja ceny nabycia (Purchase Price Allocation)
„PPC”	Opłata za jedno kliknięcie (Pay Per Click).

„PSU”	Program świadczeń w postaci Ekwiwalentów akcji za wyniki będący częścią programu AIP.
„I kw.”	Pierwszy kwartał danego roku, okres trzech miesięcy zakończony 31 marca.
„II kw.”	Drugi kwartał danego roku, okres trzech miesięcy zakończony 30 czerwca.
„III kw.”	Trzeci kwartał danego roku, okres trzech miesięcy zakończony 31 września.
„IV kw.”	Czwarty kwartał danego roku, okres trzech miesięcy zakończony 31 grudnia.
„k/k”	W ujęciu kwartał do kwartału, tj. zmiana na przestrzeni kolejnych kwartałów.
„Raport”	Niniejszy raport roczny Spółki za rok zakończony 31 grudnia 2022 r.
„RSU”	Program świadczeń w postaci Ekwiwalentów akcji o ograniczonej zbywalności będący częścią programu AIP.
„SDG”	Cele Zrównoważonego Rozwoju (Sustainable Development Goals)
„Członkowie Kierownictwa Wyższego Szczebla”	Osoby uważane, obok Rady Dyrektorów, za mające istotne znaczenie dla ustalenia, że Grupa dysponuje odpowiednią wiedzą i doświadczeniem w zakresie zarządzania jej działalnością.
„Znaczący Akcjonariusze”	Spółka Cidan S.à r.l., reprezentująca interesy Cinven & Co-Investors, 31,39%, spółka Permira VI Investment Platform Limited, reprezentująca interesy Permira & Co-Investors, spółka Mepinan S.à r.l., reprezentująca interesy Mid Europa Partners Funds.
„SPA”	Umowa nabycia akcji Mall Group a.s. i WE DO CZ s.r.o., którą Allegro.eu i Allegro zawarły w dniu 4 listopada 2021 r.
„UOKiK”	Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów.
„WE DO”	Spółka WE DO CZ s.r.o. i jej operacyjna spółka zależna WE DO Slovakia s.r.o.
„WIBOR”	Warszawska oferowana stopa procentowa na rynku międzybankowym, czyli średnie oprocentowanie oszacowane przez główne banki w Warszawie, które zostałyby zastosowane w przypadku zaciągnięcia pożyczki przez typowy bank należący do kategorii głównych banków w innym banku. O ile nie wskazano inaczej, stopa WIBOR dla pożyczek zaciąganych na okres trzymiesięczny.
„GPW”	Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. oraz, o ile z kontekstu nie wynika inaczej, rynek regulowany prowadzony przez tę spółkę.
r/r	W ujęciu rok do roku.
„YTD”	Narastająco od początku roku.

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu zgodna z wymogami ESEF i dostępna na stronie www.allegro.eu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

2. Wprowadzenie

Niniejszy dokument stanowi raport rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2022 r. Allegro.eu – spółki akcyjnej (société anonyme), utworzonej zgodnie z przepisami prawa Wielkiego Księstwa Luksemburga, z siedzibą pod adresem: 1, rue Hildegard von Bingen, L-1282 Luksemburg, Wielkie Księstwo Luksemburga, wpisanej do luksemburskiego Rejestru Handlowego i Spółek (Registre de Commerce et des Sociétés, Luxembourg) pod numerem B214830. Niniejszy Raport zawiera streszczenie skonsolidowanych danych finansowych i operacyjnych spółki Allegro.eu i jej jednostek zależnych.

Allegro.eu jest spółką holdingową (zwaną dalej, wraz ze wszystkim swoimi jednostkami zależnymi, „Grupą”). Grupa jest operatorem największej internetowej platformy handlowej w Polsce, Allegro.pl, oraz wiodącej porównywarki cenowej w Polsce – Ceneo.pl. Allegro, właściciel internetowej platformy handlowej Allegro.pl, oraz Ceneo.pl są głównymi spółkami operacyjnymi Grupy w Polsce. Pozostałymi istotnymi podmiotami prowadzącymi działalność w Polsce są Allegro Pay, świadczący autorskie usługi consumer finance dla Allegro, oraz eBilet, będący wiodącym portalem sprzedaży biletów na imprezy w Polsce. Wszystkie te podmioty zostały utworzone zgodnie z prawem polskim.

Od 1 kwietnia 2022 r. do Grupy Allegro.eu należą i są objęte konsolidacją również Grupa Mall, wiodąca firma z sektora e-commerce w Europie Środkowej i Wschodniej, a także WE|DO, firma zajmująca się dostarczaniem przesyłek w ramach „ostatniej mili”. Grupa Mall prowadzi sprzedaż detaliczną on-line oraz jest operatorem platformy handlowej obejmującej wiele segmentów rynku w Czechach, na Słowacji, w Słowenii, na Węgrzech, w Chorwacji i w Polsce (ten ostatni jest obecnie w likwidacji).

WE|DO świadczy usługi dystrybucyjne w ramach „ostatniej mili” w Czechach i na Słowacji, a jednym z jej kluczowych klientów jest Grupa Mall. Zarówno Grupa Mall, jak i WE|DO zostały przejęte jako spółki zależne w 100% od Allegro. Razem tworzą one w ramach działalności Grupy Segment Mall.

Od 12 października 2020 r. akcje Spółki są notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

Na dzień sporządzenia Raportu: (i) 27,13% wyemitowanych akcji Spółki jest kontrolowane przez Cidinan S.à r.l., niepubliczną spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością (société à responsabilité limitée) utworzoną i prowadzącą działalność zgodnie z przepisami prawa Wielkiego Księstwa Luksemburga, z siedzibą pod adresem: 4, rue Albert Borschette, L-1246 Luksemburg, Wielkie Księstwo Luksemburga, wpisaną do Rejestru Handlu i Spółek Luksemburga (Registre de Commerce et des Sociétés, Luxembourg) pod numerem B204672 („Cidinan S.à r.l.”), reprezentującą interesy Cinven i Wspólninwestorów, (ii) 27,13% jest kontrolowane przez Permira VI Investment Platform Limited, reprezentującą interesy Permira i Wspólninwestorów, a (iii) 6,03% jest kontrolowane przez Mepinan S.à r.l., niepubliczną spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością (société à responsabilité limitée) utworzoną i prowadzącą działalność zgodnie z przepisami prawa Wielkiego Księstwa Luksemburga, z siedzibą pod adresem: 163, rue du Kiem, L-8030 Strassen, Wielkie Księstwo Luksemburga, wpisaną do Rejestru Handlu i Spółek Luksemburga (Registre de Commerce et des Sociétés, Luxembourg) pod numerem B246319 („Mepinan S.à r.l.”), reprezentującą interesy funduszy Mid Europa Partners. Pozostałe 39,70% akcji stanowi własność innych akcjonariuszy, w tym kierownictwa Grupy Allegro. Liczba akcji posiadanych przez każdego inwestora jest równa liczbie głosów, gdyż Spółka nie wyemitowała żadnych akcji uprzywilejowanych zgodnie ze statutem Spółki.

3. Stwierdzenia dotyczące przyszłości

Niniejszy Raport zawiera stwierdzenia dotyczące przyszłości, które obejmują wszystkie stwierdzenia inne niż stwierdzenia dotyczące faktów historycznych, w tym między innymi stwierdzenia, które są poprzedzone, po których następują lub które zawierają terminy „podjął cel”, „przewiduje”, „uważa”, „spodziewa się”, „ma na celu”, „zamierza”, „będzie”, „może”, „oczekuje”, „-by”, „może” lub podobne wyrażenia lub ich zaprzeczenia. Takie stwierdzenia dotyczące przyszłości obejmują znane i nieznaną ryzyka, niepewności i inne istotne czynniki będące poza kontrolą Grupy, które mogą powodować, że faktyczne wyniki Grupy, jej sytuacja finansowa i wyniki działalności lub perspektywy mogą istotnie odbiegać od tych wyrażonych lub implikowanych przez takie stwierdzenia dotyczące przyszłości. Stwierdzenia dotyczące przyszłości opierają się na licznych założeniach dotyczących obecnej i przyszłej strategii biznesowej Grupy i otoczenia, w którym Grupa obecnie działa i w którym będzie działać w przyszłości. Do istotnych czynników, które mogą spowodować, że faktyczne wyniki Grupy, jej sytuacja finansowa i wyniki działalności lub perspektywy będą odbiegać od tych wyrażonych w takich stwierdzeniach dotyczących przyszłości należą czynniki omówione w punkcie „Omówienie i analiza przez kierownictwo sytuacji finansowej i wyników działalności operacyjnej” oraz w innych punktach niniejszego Raportu.

Przedstawione stwierdzenia dotyczące przyszłości są aktualne wyłącznie w dacie sporządzenia niniejszego Raportu. Grupa nie ma obowiązku i nie podjęła zobowiązania do publikacji aktualizacji lub rewizji jakichkolwiek stwierdzeń dotyczących przyszłości zawartych w niniejszym Raporcie, chyba że są one wymagane na podstawie obowiązującego prawa lub Regulaminu GPW.

Inwestorzy winni mieć świadomość, że pewne istotne czynniki i ryzyka mogą spowodować, iż wyniki Grupy będą istotnie odbiegać od planów, celów, oczekiwań, szacunków i zamiarów wyrażonych w takich stwierdzeniach dotyczących przyszłości.

Grupa nie składa żadnych oświadczeń, zapewnień ani prognoz wystąpienia czynników przewidywanych w przedstawionych stwierdzeniach dotyczących przyszłości i takie stwierdzenia dotyczące przyszłości stanowią w każdym przypadku jedynie jeden z wielu scenariuszy i nie należy ich traktować jako scenariusza najbardziej prawdopodobnego lub typowego.

Grupa nie publikuje i nie zamierza publikować szacunków ani prognoz zysków.

4.

Prezentacja informacji finansowych

O ile nie wskazano inaczej, informacje finansowe w niniejszym Raporcie zostały sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej przyjętymi przez Unię Europejską. Istotne zasady rachunkowości MSSF stosowane w informacjach finansowych Grupy były stosowane w sposób spójny w informacjach finansowych w niniejszym Raporcie.

HISTORYCZNE INFORMACJE FINANSOWE

Niniejszy Raport zawiera skonsolidowane informacje finansowe Grupy na dzień 31 grudnia 2022 r. oraz za okresy dwunastu miesięcy zakończone 31 grudnia 2022 r. i 31 grudnia 2021 r., które zostały sporządzone na podstawie zbadanego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego Grupy sporządzonego zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej zatwierdzonymi przez Unię Europejską, i które zostało przedstawione w innych częściach niniejszego Raportu. PricewaterhouseCoopers, Société coopérative, z siedzibą przy 2, rue Gerhard Mercator, B.P. 1443, L-1014 Luksemburg, Wielkie Księstwo Luksemburga, wpisana do luksemburskiego Rejestru Handlowego i Spółek (Registre de Commerce et des Sociétés, Luxembourg) pod numerem B65477, dokonała badania skonsolidowanego sprawozdania finansowego jako niezależny biegły rewident (réviseur d'entreprises agréé) Grupy.

ALTERNATYWNE MIERNIKI WYNIKÓW

Grupa zawarła w niniejszym Raporcie pewne alternatywne (niezdefiniowane w standardach rachunkowości) mierniki wyników, w tym w szczególności, GMV, Skorygowana EBITDA, Skorygowana EBITDA/przychody, Skorygowana EBITDA/GMV, łączne nakłady inwestycyjne, skapitalizowane koszty prac rozwojowych, marża brutto w modelu 1P, Skorygowany zysk netto, pozostałe nakłady inwestycyjne, zadłużenie netto, dźwignia finansowa, średnia prowizja od sprzedaży oraz zmiany stanu kapitału obrotowego.

Grupa zdefiniowała następujące alternatywne mierniki wyników:

„Marża brutto w modelu 1P” oznacza różnicę między przychodami ze sprzedaży towarów w modelu 1P a wartością sprzedanych towarów (obejmującą koszty zakupu, rabaty, opakowania, koszty dostawy, rezerwy z tytułu wyceny zapasów, braki i szkody) podzieloną przez przychody ze sprzedaży towarów w modelu 1P;

„Skorygowana EBITDA” oznacza zysk z działalności operacyjnej przed uwzględnieniem amortyzacji i utworzonych odpisów z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych oraz pomniejszony o rozwiązanie takich odpisów z tytułu utraty wartości, z wyłączeniem kosztów transakcyjnych, kosztów sporządzenia strategii rynkowej, kosztów restrukturyzacji zatrudnienia, kosztów postępowania regulacyjnych, kosztów restrukturyzacji i rozwoju grupy, dotacji na rzecz różnych organizacji pożytku publicznego, części premii dla pracowników, wydatków na wyposażenie ochronne przeciwko COVID-19 oraz kosztów płatności w formie akcji związanych z Programem Motywacyjnym Allegro;

„Skorygowana EBITDA/GMV” oznacza Skorygowaną EBITDA podzieloną przez GMV;

„Skorygowana EBITDA/przychody” oznacza Skorygowaną EBITDA podzieloną przez przychody;

„Skorygowany zysk netto” oznacza zysk (stratę) netto skorygowany(-ą) o takie same pozycje jednorazowe, jak opisane w przypadku Skorygowanej EBITDA powyżej, bez wpływu podatkowego, skorygowany(-ą) dodatkowo o jednorazowe koszty finansowe, takie jak prowizje z tytułu przedterminowej spłaty oraz odroczone koszty zamortyzowane wynikające z umów o refinansowanie, bez uwzględniania ich skutków podatkowych oraz wszelkich jednorazowych obciążeń podatkowych;

„Skapitalizowane koszty prac rozwojowych” oznaczają koszty, które zostały skapitalizowane i które zostały poniesione w związku z produkcją oprogramowania zawierającego nowe lub znacząco ulepszone istniejące funkcjonalności, poniesione przez dział technologii przed komercyjnym uruchomieniem oprogramowania lub seryjnym zastosowaniem danej technologii;

„GMV” oznacza wartość sprzedaży, tj. łączną wartość brutto towarów i biletów sprzedanych na następujących platformach (z VAT):

(i) **dla działalności w Polsce:** Allegro.pl, Allegrolokalnie.pl oraz eBilet.pl;

(ii) **dla Segmentu Mall:** Mall.cz, Mall.hu, Mall.sk, Mall.hr, Mimovrste.com, CZC.cz;

(iii) **dla skonsolidowanej Grupy:** wszystkie wymienione powyżej platformy prowadzone przez Grupę;

„Skorygowana EBITDA za ostatnie 12 mies.” oznacza Skorygowaną EBITDA wygenerowaną przez Grupę w okresie dwunastu miesięcy poprzedzających dzień bilansowy;

„GMV za ostatnie 12 mies.” oznacza GMV wygenerowane przez Grupę w okresie dwunastu miesięcy poprzedzających dzień bilansowy;

„Zadłużenie netto” oznacza sumę kredytów i pożyczek i zobowiązań leasingowych pomniejszoną o środki pieniężne i ich ekwiwalenty;

„Dźwignia finansowa” oznacza zadłużenie netto podzielone przez Skorygowaną EBITDA za ostatnie 12 mies.;

„Pozostałe nakłady inwestycyjne” oznaczają kwoty zapłacone z tytułu inwestycji w rozbudowę własnej sieci automatów paczkowych i rozwój logistyki, budowanie właściwej zdolności ośrodków przetwarzania danych, wyposażenie pracowników w odpowiednie urządzenia (tj. stacje robocze), sprzęt biurowy (np. wyposażenie i sprzęt IT) oraz prawa autorskie;

„Średnia prowizja od sprzedaży” (take rate) oznacza wskaźnik przychodów na platformie handlowej podzielony przez GMV, po odjęciu GMV wygenerowanej przez sprzedaż towarów w modelu 1P (ubruttowiony o VAT);

„Łączne nakłady inwestycyjne” oznaczają wypływy środków pieniężnych dotyczące rzeczowych aktywów trwałych oraz wartości niematerialnych i prawnych i obejmują skapitalizowane koszty prac rozwojowych oraz pozostałe nakłady inwestycyjne;

„Zmiany stanu kapitału obrotowego” oznaczają sumę zmian stanu zapasów, należności handlowych oraz pozostałych, pożyczek konsumenckich, zobowiązań handlowych oraz pozostałych, oraz zobowiązań wobec pracowników w danym okresie.

Grupa prezentuje alternatywne mierniki wyników, ponieważ kierownictwo Grupy uważa, że ułatwiają one inwestorom i analitykom porównywanie wyników i płynności Grupy w różnych okresach sprawozdawczych. Grupa prezentuje GMV jako miernik łącznej wartości sprzedanych towarów w danym okresie, który umożliwia porównanie wzrostu w różnych okresach, w tym w ujęciu tygodniowym, miesięcznym, kwartalnym i rocznym. Grupa uważa wskaźnik Skorygowanej EBITDA za przydatny do oceny wyników Grupy, gdyż ułatwia ona porównania wyników działalności podstawowej Grupy pomiędzy okresami, przez wyłączenie wpływu m.in. struktury kapitałowej, bazy aktywów, skutków podatkowych i konkretnych kosztów jednorazowych. Grupa stosuje Skorygowaną EBITDA do obliczania wskaźników Skorygowanej EBITDA/przychody netto oraz Skorygowanej EBITDA/GMV. Grupa prezentuje łączne nakłady inwestycyjne w rozbiciu na skapitalizowane koszty prac rozwojowych i pozostałe nakłady inwestycyjne celem pokazania kwoty nakładów, w tym m.in. kosztów pracowniczych i kosztów wykonawców i usługodawców zewnętrznych, ponoszonych z tytułu produkcji nowego lub udoskonalonego oprogramowania przed jego wprowadzeniem do użytkowania na różnych platformach programowych Grupy. Grupa uważa, że to rozbieżność jest ważne dla inwestorów w celu zrozumienia amortyzacji wartości niematerialnych i prawnych. Grupa prezentuje zadłużenie netto i dźwignię finansową netto, gdyż uważa, że mierniki te są wskaźnikami ogólnej siły jej bilansu i mogą być wykorzystywane do oceny wpływu na sytuację gotówkową Grupy i jej zyski w stosunku do jej zadłużenia. Grupa monitoruje kapitał obrotowy celem oceny efektywności zarządzania środkami pieniężnymi generowanymi przez działalność operacyjną.

Alternatywne mierniki wyników nie są miernikami księgowymi w rozumieniu MSSF i nie mogą być prezentowane w Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym ani informacjach dodatkowych do niego. Wskazane alternatywne mierniki wyników mogą nie być porównywalne do podobnie oznaczonych mierników w innych spółkach. Ponadto założenia, na których opierają się alternatywne mierniki wyników nie zostały zweryfikowane przez biegłego rewidenta zgodnie z MSSF czy powszechnie obowiązującymi zasadami rachunkowości. Przy ocenie alternatywnych mierników wyników inwestorzy winni uważnie się zapoznać ze Skonsolidowanym Sprawozdaniem Finansowym zawartym w niniejszym Raporcie.

Alternatywne mierniki wyników jako narzędzia analityczne obarczone są pewnymi ograniczeniami. Dla przykładu Skorygowana EBITDA i związane z nią wskaźniki nie odzwierciedlają: wydatków pieniężnych Grupy ani przyszłych wymogów dotyczących nakładów inwestycyjnych lub zobowiązań umownych; zmian zapotrzebowania Grupy na środki pieniężne ani zapotrzebowania na kapitał obrotowy; kosztów odsetek, podatków dochodowych ani zapotrzebowania na środki pieniężne na potrzeby obsługi płatności odsetek i kapitału z tytułu zadłużenia Grupy; wpływu części obciążeń pieniężnych wynikających ze spraw, których Grupa nie uważa za wskaźniki ilustrujące jej bieżącą działalność.

Przy ocenie Skorygowanej EBITDA inwestorzy winni ocenić każdą dokonaną korektę i powody, dla których Grupa uznaje ją za odpowiednią metodę analizy uzupełniającej. Ponadto, inwestorzy winni mieć świadomość, że Grupa może ponosić koszty podobne do korekt w niniejszej prezentacji w przyszłości i że część tych pozycji może być mieć charakter powtarzalny. Prezentacji Skorygowanej EBITDA przez Grupę nie należy rozumieć jako wniosku, że przyszłe wyniki Grupy nie będą podlegały wpływowi pozycji nadzwyczajnych lub jednorazowych. Skorygowana EBITDA została uwzględniona w niniejszym Raporcie, ponieważ stanowi ona miernik, który kierownictwo Grupy stosuje do oceny jej wyników operacyjnych.

Inwestorzy winni ocenić wszelkie korekty mierników MSSF oraz powody, dla których Grupa uznaje je za odpowiednie do analizy uzupełniającej. Ze względu na te ograniczenia oraz dodatkowe ograniczenia omówione powyżej prezentowane alternatywne mierniki wyników nie powinny być rozpatrywane w oderwaniu lub jako mierniki zastępcze dla mierników wyników obliczanych zgodnie z MSSF.

W stosownych przypadkach Grupa prezentuje uzgodnienie Alternatywnych Mierników Wyników do najbardziej bezpośrednio dającej się uzgodnić pozycji, sumy częściowej lub sumy całkowitej zaprezentowanej w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym za okres porównywalny, z odrębnym wskazaniem i objaśnieniem w częściach „Omówienie i analiza przez kierownictwo sytuacji finansowej i wyników działalności operacyjnej” oraz „Załącznik 1: Uzgodnienie najważniejszych Alternatywnych Mierników Wyników do pozycji prezentowanych w Sprawozdaniu Finansowym

MIERNIKI NIEFINANSOWE

Oprócz wyżej wymienionych Alternatywnych Mierników Wyników Grupa uwzględniła również pewne mierniki niefinansowe, w tym między innymi miernik Aktywni Kupujący oraz miernik GMV na Aktywnego Kupującego.

Grupa zdefiniowała następujące mierniki niefinansowe:

„Aktywni Kupujący” oznacza, na koniec danego okresu, każdy unikalny adres e-mail powiązany z kupującym, który dokonał co najmniej jednego zakupu na Allegro.pl, Allegrolokalnie.pl lub eBilet.pl w ciągu ostatnich dwunastu miesięcy; Miernik Aktywni Kupujący jest miernikiem obejmującym okres ostatnich dwunastu miesięcy i będzie raportowany dla Segmentu Mall po upływie dwunastu miesięcy od daty przejścia w I kwartale 2023 r.;

„GMV na jednego Aktywnego Kupującego” oznacza wartość sprzedaży (GMV) za okres ostatnich 12 miesięcy podzieloną przez liczbę Aktywnych Kupujących na koniec okresu. Miernik GMV na jednego Aktywnego Kupującego jest miernikiem obejmującym okres ostatnich dwunastu miesięcy i będzie raportowany dla Segmentu Mall po upływie dwunastu miesięcy od daty przejścia w I kwartale 2023 r.



allegro

II. Raport z działalności

1.

Wybrane skonsolidowane dane finansowe i operacyjne

Rachunek zysków i strat, w mln PLN	Rok obrotowy 2022 (zbadane)	Rok obrotowy 2021 (niebadane)	Zmiana %	IV kw. 2022 (niebadane)	IV kw. 2021 (niebadane)	Zmiana %
Przychody	9 004,9	5 352,9	68,2%	3 082,8	1 600,7	92,6%
<i>w tym działalność w Polsce</i>	6 644,9	5 352,9	24,1%	2 025,0	1 600,7	26,5%
<i>w tym Segment Mall</i>	2 365,8	N/D	N/D	1 060,6	N/D	N/D
<i>w tym Wyłączenia i Inne</i>	(5,8)	N/D	N/D	(2,8)	N/D	N/D
EBITDA	2 000,5	1 993,7	0,3%	628,1	461,6	36,1%
<i>w tym działalność w Polsce</i>	2 198,8	1 993,7	10,3%	683,7	461,6	48,1%
<i>w tym Segment Mall</i>	(198,3)	N/D	N/D	(55,6)	N/D	N/D
Skorygowana EBITDA	2 152,7	2 068,5	4,1%	668,3	501,2	33,3%
<i>w tym działalność w Polsce</i>	2 309,4	2 068,5	11,6%	707,7	501,2	41,2%
<i>w tym Segment Mall</i>	(156,8)	N/D	N/D	(39,4)	N/D	N/D
EBIT	(1 182,1)	1 472,9	(180,3%)	372,4	321,8	15,7%
Zysk / (strata) przed opodatkowaniem	(1 639,5)	1 358,1	(220,7%)	262,1	251,6	4,2%
Zysk / (strata) netto	(1 916,8)	1 089,6	(275,9%)	179,6	199,7	(10,1%)

Bilans	31.12.2022 (niebadane)	31.12.2021 (niebadane)	Zmiana %
Aktywa	19 232,8	16 869,9	14,0%
Kapitał własny	8 981,3	9 454,1	(5,0%)
Zadłużenie netto	6 266,1	3 660,2	71,2%

Przepływy pieniężne, w mln PLN	Rok obrotowy 2022 (niebadane)	Rok obrotowy 2021 (niebadane)	Zmiana %	IV kw. 2022 (niebadane)	IV kw. 2021 (niebadane)	Zmiana %
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	1 854,7	1 406,6	31,9%	854,9	387,5	120,6%
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(3 075,9)	(429,9)	615,5%	(162,3)	(173,0)	(6,2%)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	141,5	(204,5)	N/D	(668,2)	(31,6)	2 014,5%
Zwiększenie/(zmniejszenie) netto stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(1 079,7)	772,2	(239,8%)	24,4	183,0	(86,7%)

2.

Omówienie i analiza przez kierownictwo sytuacji finansowej i wyników działalności operacyjnej

2.1. Kluczowe wskaźniki efektywności (KPI)

Poniższe wskaźniki KPI są stosowane przez kierownictwo Grupy do monitorowania i zarządzania ryzykiem operacyjnym i wynikami finansowymi:

KPI (niebadane)	Rok obrotowy 2022	Rok obrotowy 2021	Zmiana %	IV kw. 2022	IV kw. 2021	Zmiana %
Aktywni Kupujący (w mln, dla działalności w Polsce^[1])	14,1	13,5	4,2%	14,1	13,5	4,2%
GMV na jednego Aktywnego Kupującego (w PLN, dla działalności w Polsce^[1])	3 514,9	3 157,8	11,3%	3 514,9	3 157,8	11,3%
GMV (w mln PLN)	52 495,7	42 601,7	23,2%	15 866,9	12 668,5	25,2%
<i>w tym działalność w Polsce</i>	49 388,8	42 601,7	15,9%	14 442,8	12 668,5	14,0%
<i>w tym Segment Mall</i>	3 106,9	N/D	N/D	1 424,1	N/D	N/D
GMV za ostatnie 12 mies. dla działalności w Polsce (w mln PLN)^[1]	49 388,8	42 601,7	15,9%	49 388,8	42 601,7	15,9%
Średnia prowizja od sprzedaży (Take Rate) (%)^[2]	10,83%	10,23%	0,60pp	10,93%	9,84%	1,09pp
<i>w tym działalność w Polsce</i>	10,82%	10,23%	0,59pp	10,91%	9,84%	1,06pp
<i>w tym Segment Mall</i>	12,04%	N/D	N/D	12,36%	N/D	N/D

[1] Mierniki za ostatnie 12 mies. dla Segmentu Mall nie są jeszcze dostępne, ponieważ jest on objęty konsolidacją od II kw. 2022 r.

[2] Mieszana średnia prowizja od sprzedaży

KPI (niebadane)	Rok obrotowy 2022	Rok obrotowy 2021	Zmiana %	IV kw. 2022	IV kw. 2021	Zmiana %
Marża brutto w modelu 1P	10,62%	(2,18%)	N/D	12,08%	(4,48%)	N/D
<i>w tym działalność w Polsce</i>	3,11%	(2,18%)	5,3pp	8,95%	(4,48%)	13,4pp
<i>w tym Segment Mall</i>	12,27%	N/D	N/D	12,67%	N/D	N/D
Skorygowana EBITDA (w mln PLN)	2 152,7	2 068,5	4,1%	668,3	501,2	33,3%
<i>w tym działalność w Polsce</i>	2 309,4	2 068,5	11,6%	707,7	501,2	41,2%
<i>w tym Segment Mall</i>	(156,8)	N/D	N/D	(39,4)	N/D	N/D
Skorygowana EBITDA/przychody (%)	23,91%	38,64%	(14,74pp)	21,68%	31,31%	(9,64pp)
<i>w tym działalność w Polsce</i>	34,75%	38,64%	(3,89pp)	34,95%	31,31%	3,6pp
<i>w tym Segment Mall</i>	(6,63%)	N/D	N/D	(3,72%)	N/D	N/D
Skorygowana EBITDA/GMV (%)	4,10%	4,86%	(0,75pp)	4,21%	3,96%	0,26pp
<i>w tym działalność w Polsce</i>	4,68%	4,86%	(0,18pp)	4,90%	3,96%	0,94pp
<i>w tym Segment Mall</i>	(5,05%)	N/D	N/D	(2,77%)	N/D	N/D

GMV I AKTYWNI KUPUJĄCY

W roku obrotowym 2022 wartość GMV dla skonsolidowanej Grupy wzrosła o 9 894,0 mln PLN, czyli o 23,2% r/r z poziomu 42 601,7 mln PLN za rok obrotowy 2021 do 52 495,7 mln PLN za rok obrotowy 2022, natomiast za IV kwartał 2022 r. wartość GMV dla skonsolidowanej Grupy wzrosła o 3 198,4 mln PLN, czyli o 25,2% r/r z poziomu 12 668,5 mln PLN za IV kwartał 2021 r. do 15 866,9 mln PLN.

Na wzrost skonsolidowanego GMV wpłynęła konsolidacja Segmentu Mall, ponieważ GMV dla Segmentu Mall osiągnęła wartość 3 106,9 mln PLN w roku obrotowym 2022 i 1 424,1 mln PLN w IV kw. 2022 r., co zwiększyło tempo wzrostu Grupy o 0,73 pkt proc. w roku obrotowym 2022 i o 11,2 pkt proc. w IV kw. 2022 r. Segment Mall został przejęty i objęty konsolidacją od 1 kwietnia 2022 r., dlatego wynik Grupy za rok obrotowy 2022 obejmuje wyniki handlowe Segmentu Mall za okres dziewięciu miesięcy. Zgodnie z oczekiwaniami, GMV dla Segmentu Mall wzrosła w IV kw. o 59,2% w związku z silnie sezonowym charakterem popytu na większość asortymentu Segmentu Mall.

Dynamika wzrostu GMV w roku obrotowym 2022 dla działalności w Polsce osiągnęła 15,9% r/r, natomiast w IV kwartał 2022 r. wartość GMV wzrosła o 14,0% r/r. W ujęciu z kwartału na kwartał, wzrost GMV r/r ulegał stopniowemu przyspieszeniu z poziomu 12,8% r/r w I kw. 2022 r. do 21,4% r/r w III kw. 2022 r., ze względu na sukcesywnie słabnący wpływ lockdownów prowadzonych w związku z pandemią Covid, które zwiększały tempo wzrostu w kwartałach porównawczych w poprzednim roku. Na przestrzeni IV kw. wzrost GMV utrzymywał się w październiku na poziomie zbliżonym do odnotowanego w III kw., po czym w listopadzie uległ spowolnieniu, zgodnie z przewidywaniami kierownictwa Grupy, a następnie potwierdzone przez pogarszające się dane dotyczące sprzedaży detalicznej w Polsce.

Na tempo wzrostu negatywnie wpłynął również nietypowy termin rozgrywania Mistrzostw Świata w piłce nożnej, który spowodował spadek liczby odwiedzin na serwisach internetowych, ponieważ konsumenci mieli mniej czasu na zakupy. W ujęciu ogólnym asortyment Allegro w kategorii codziennych zakupów w atrakcyjnych cenach wykazuje odporność na pogarszającą się sytuację makroekonomiczną i geopolityczną. Na organiczny wzrost GMV wpłynął również dalszy wzrost liczby użytkowników programu Smart!, dobre wyniki benchmarkingu cenowego i wsparcia w zakresie ustalania cen, szybkie przyjęcie usług Allegro Pay typu BNPL oraz jeszcze większa dostępność dostaw realizowanych następnego dnia („DND”). Spółka zależna eBilet, zajmująca się sprzedażą biletów, przyczyniła się do zwiększenia dynamiki GMV o 0,5 pkt proc. w IV kwartale, natomiast w ujęciu rocznym eBilet przyczynił się do zwiększenia dynamiki GMV w roku obrotowym 2022 o 0,7 pkt proc.

Liczba Aktywnych Kupujących dla działalności w Polsce wzrosła o 4,2% r/r i o 1,8% kw/kw, osiągając na koniec roku obrotowego 2022 poziom 14,1 mln. Był to trzeci kwartał z rzędu, w którym odnotowano wzrost liczby Aktywnych Kupujących, co świadczy o tym, że działania marketingowe Allegro skoncentrowane na cenie, asortymencie i zaufaniu przekładają się na wzrost liczby nowych klientów. Średnie roczne wydatki na jednego kupującego nadal rosły w związku z kontynuacją procesu przechodzenia na zakupy online, a GMV na jednego Aktywnego Kupującego osiągnęło poziom 3 515 PLN dla działalności w Polsce, co oznacza wzrost o 11,3% r/r. W roku obrotowym 2022 średnie ceny sprzedaży rosły w każdym miesiącu, napędzane przez inflację bazową (bez cen żywności i energii), która osiągnęła 11,3% r/r w IV kw. 2022 r. i 9,1% r/r w roku obrotowym 2022 w Polsce. Wzrost ten został częściowo zniwelowany przez obniżenie poziomu zakupów dokonywanych przez konsumentów, przy czym ogólna średnia wartość zamówień wzrosła.

SKORYGOWANA EBITDA

Skorygowana EBITDA Grupy wzrosła o 84,2 mln PLN, czyli 4,1% r/r, z 2 068,5 mln PLN za rok obrotowy 2021 do 2 152,7 mln PLN za rok obrotowy 2022, natomiast za IV kwartał 2022 r. Skorygowana EBITDA dla skonsolidowanej Grupy wzrosła o 167,0 mln PLN, czyli 33,3% r/r, z 501,2 mln PLN za IV kwartał 2021 r. do 668,3 mln PLN za IV kwartał 2022 r.

Od II kwartału 2022 r. segment Mall jest objęty konsolidacją przez Grupę, w związku z czym na skonsolidowaną Skorygowaną EBITDA na poziomie Grupy mają negatywny wpływ straty generowane przez Segment Mall, czyli odpowiednio 34,9 mln PLN straty w IV kwartale 2022 r. i 156,8 mln PLN straty za rok obrotowy 2022. Skorygowana strata EBITDA Segmentu Mall w IV kw. zmniejszyła się o 21,6% kw/kw dzięki dodatkowej marży związanej ze szczytem sprzedaży w okresie świątecznym oraz wysiłkiem Grupy zmierzającym do redukcji kosztów, poprawy wyników z działalności handlowej i większego wykorzystania potencjału WE|DO w zakresie dostaw.

Skorygowana EBITDA dla działalności w Polsce wzrosła o 41,2% w IV kw. 2022 r., co oznacza znaczną poprawę w stosunku do wzrostu o 24,6% r/r w III kw. 2022 r., spadku o 1,5% r/r w II kw. 2022 r. oraz spadku o 13,6% r/r w I kw. 2022 r. Dobre wyniki w III i IV kwartale przyczyniły się do wzrostu Skorygowanej EBITDA za rok obrotowy 2022 o 11,6% r/r do poziomu 2 309,4 mln PLN, co stanowi górną granicę oczekiwań kierownictwa na rok 2022.

Skonsolidowana marża GMV Grupy za rok obrotowy 2022 wyniosła 4,10% w porównaniu z 4,86% w poprzednim roku. Za IV kwartał 2022 r. Skonsolidowana marża GMV Grupy wyniosła 4,21%, natomiast za IV kwartał 2021 r. wyniosła ona 3,96%. Po wyłączeniu wpływu Skorygowanych strat EBITDA Segmentu Mall, który został objęty konsolidacją przez Grupę począwszy od II kw. 2022 r., marża GMV dla segmentu działalności podstawowej w Polsce wzrosła w IV kw. 2022 r. o 0,94 p.p. z 3,96% w roku ubiegłym do 4,90% w IV kw. 2022 r. Za rok obrotowy 2022 marża GMV dla działalności w Polsce spadła o 18 p.p. z 4,86% w roku ubiegłym do 4,68% za rok obrotowy 2022. Poprawa marży GMV w IV kw. 2022 r. o 0,94 p.p. r/r, w kontekście spadku marży GMV na przestrzeni całego roku, odzwierciedla podwyższone opłaty za współfinansowanie dla dostaw w programie Smart! przed listopadową indeksacją umów dostawy, która częściowo zniwelowała te

podwyżki, rosnące przychody z wysokomarżowych reklam oraz zdecydowane spowolnienie wzrostu kosztów sprzedaży, ogólnego zarządu i administracji, świadczące o ponownym skupieniu się Kierownictwa Grupy na efektywności.

Za rok obrotowy 2022 Średnia prowizja od sprzedaży dla Działalności w Polsce wyniosła 10,82%, co oznacza wzrost o 0,59 pkt. proc. r/r, natomiast za IV kwartał 2022 r. Średnia prowizja od sprzedaży wyniosła 10,91%, co oznacza wzrost o 1,06 pkt. proc. r/r. Zmiany te wynikały ze zmienionych stawek współfinansowania i prowizji wprowadzonych w pierwszym kwartale roku, po których nastąpiły kolejne zmiany stawek prowizji obowiązujące od połowy lipca oraz zwiększone opłaty z tytułu współfinansowania wprowadzone od początku sierpnia.

Głównym czynnikiem wpływającym negatywnie na poprawę marży w IV kwartale, który spowodował również spadek marży za rok obrotowy 2022, był wyższy udział programu Smart!, a tym samym wyższy o 11,8 p.p. r/r udział droższych przesyłek kurierskich na przestrzeni całego roku. To był wynik obniżenia stawki MOV w ramach programu Smart! dla przesyłek kurierskich z 80 PLN do 40 PLN pod koniec września 2021 r. Koszty marketingu wzrosły o 15,2% r/r w roku obrotowym 2022, co odpowiadało wzrostowi GMV na przestrzeni roku i wynikało głównie ze zwiększonych wydatków na reklamę pay-per-click (PPC), mających na celu zwiększenie pozyskiwania ruchu internetowego, a także z rosnących kosztów marketingu marki. W IV kw. 2022 r. nastąpiło znaczące ograniczenie kampanii marketingowych o stałych kosztach, co wraz z postępowaniem w zakresie innych działań oszczędnościowych sprawiło, że koszty marketingu w IV kw. 2022 r. nie uległy zasadniczo zmianie w stosunku do roku poprzedniego. Wzrost kosztów pracowniczych i pozostałych kosztów operacyjnych r/r wynika z dokonanych w 2021 r. inwestycji w organizację, których celem jest wspieranie działań innowacyjnych na szerszą skalę, tempo wzrostu skorygowanych kosztów sprzedaży, ogólnego zarządu i administracji r/r dla działalności w Polsce uległo spowolnieniu w IV kw. 2022 r. do 11,3% z 26,8% w III kw. 2022 r. i 35,5% w II kw. 2022 r., co jest efektem zmniejszenia tempa zatrudniania pracowników, przy jednoczesnym utrzymaniu potencjału innowacyjnego, który ma służyć wspieraniu wzrostu w dłuższej perspektywie.

PONIŻSZA TABELA PRZEDSTAWIA UZGODNIENIE POMIĘDZY RAPORTOWANĄ A SKORYGOWANĄ EBITDA ZA ANALIZOWANE OKRESY:

Uzgodnienie Skorygowanej EBITDA mln PLN	Rok obrotowy 2022 (niebadane)	Rok obrotowy 2021 (niebadane)	Zmiana %	IV kw. 2022 (niebadane)	IV kw. 2021 (niebadane)	Zmiana %
EBITDA dla działalności w Polsce	2 198,8	1 993,7	10,3%	683,7	461,6	48,1%
Koszty postępowań regulacyjnych ^[1]	3,3	4,6	(26,9%)	2,3	3,8	(39,8%)
Koszty restrukturyzacji i rozwoju Grupy ^[2]	46,6	0,05	103 278,2%	6,8	—	N/D
Darowizny na rzecz różnych organizacji pożytku publicznego ^[3]	3,0	2,3	29,9%	—	—	N/D
Premia dla pracowników i środki na wyposażenie ochronne przeciwko COVID-19 ^[4]	0,4	1,3	(70,1%)	—	0,3	(100,0%)
Program motywacyjny Allegro Incentive Plan ^[5]	47,7	16,7	185,5%	14,2	4,2	240,1%
Koszty transakcyjne ^[6]	3,2	49,8	(93,6%)	0,5	31,3	(98,3%)
Koszt restrukturyzacji zatrudnienia ^[7]	6,3	—	N/D	0,1	—	N/D
Skorygowana EBITDA dla działalności w Polsce	2 309,4	2 068,5	11,6%	707,7	501,2	41,2%
EBITDA dla Segmentu Mall	(198,3)	—	N/D	(55,6)	—	N/D
Koszty restrukturyzacji i rozwoju Grupy	34,0	N/D	N/D	10,8	N/D	N/D
Program motywacyjny Allegro Incentive Plan	4,8	N/D	N/D	2,7	N/D	N/D
Koszt restrukturyzacji zatrudnienia	2,7	N/D	N/D	2,7	N/D	N/D
Skorygowana EBITDA dla Segmentu Mall	(156,8)	N/D	N/D	(39,4)	N/D	N/D
Skorygowana EBITDA	2 152,7	2 068,5	4,1%	668,3	501,2	33,3%

[1] Koszty prawne dotyczące głównie incydentalnych postępowań regulacyjnych, opłat prawnych i opłat za usługi eksperckie oraz kosztów rozliczeń.

[2] Koszty badania prawnego i finansowego oraz inne koszty doradztwa w odniesieniu do

- potencjalnych przejęć lub zaniechanych projektów przejęć spółek,
- koszty integracji i inne koszty doradztwa w odniesieniu do zawartych i/lub sfinalizowanych transakcji przejęcia
- koszty restrukturyzacji niezwiązanej z zatrudnieniem.

[3] Darowizny dokonane przez Grupę celem wsparcia służby zdrowia, organizacji charytatywnych i pozarządowych w czasie pandemii COVID-19 oraz celem zapewnienia pomocy humanitarnej dla osób dotkniętych wojną na Ukrainie.

[4] Koszty poniesione przez Grupę na zakup wyposażenia ochronnego przeciwko COVID-19 dla pracowników i wypłatę premii dla pracowników na zakup sprzętu wymaganego do pracy zdalnej w czasie pandemii COVID-19.

[5] Koszty długoterminowego programu motywacyjnego, w ramach którego Dyrektorom Wykonawczym, Kluczowym Członkom Kierownictwa Wyższego Szczebla i innym pracownikom przyznawane są nagrody w postaci Ekwiwalentów akcji za wyniki („PSU”) i Ekwiwalentów akcji o ograniczonej zbywalności („RSU”).

[6] Koszty usług doradczych, koszty prawnego, finansowego i podatkowego badania due diligence oraz inne koszty transakcyjne poniesione przed przejęciem w związku z zakończoną transakcją nabycia spółek Mall Group a.s. i WE|DO CZ s.r.o.

[7] Określone płatności związane z reorganizacją Zarządów jednostki dominującej i spółek operacyjnych, a także odprawy dla pracowników objętych projektami restrukturyzacyjnymi.

2.2. Omówienie wyników finansowych i operacyjnych Grupy Allegro.eu

2.2.1. WYNIK DZIAŁALNOŚCI W POLSCE

Poniższa tabela przedstawia skrócone skonsolidowane sprawozdania z całkowitych dochodów Grupy dla działalności w Polsce za rok obrotowy 2022, rok obrotowy 2021, IV kw. 2022 r. i IV kw. 2021 r. Wyniki Segmentu Mall nie zostały uwzględnione w tym punkcie.

Skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów mln PLN	Rok obrotowy 2022 (niebadane)	Rok obrotowy 2021 (niebadane)	Zmiana %	IV kw. 2022 (niebadane)	IV kw. 2021 (niebadane)	Zmiana %
Przychody	6 644,9	5 352,9	24,1%	2 025,0	1 600,7	26,5%
Przychody platformy handlowej	5 281,7	4 319,2	22,3%	1 550,2	1 230,3	26,0%
Przychody z porównywarki cenowej	194,0	180,6	7,4%	60,2	54,6	10,4%
Usługi reklamowe	607,4	477,1	27,3%	198,3	152,9	29,7%
Sprzedaż towarów	483,9	333,8	45,0%	188,7	142,0	32,9%
Pozostałe przychody	77,9	42,1	84,9%	27,7	20,9	32,3%
Koszty operacyjne^[1]	(4 446,1)	(3 359,1)	32,4%	(1 341,3)	(1 139,1)	17,8%
Koszty obsługi płatności	(143,7)	(142,6)	0,8%	(40,2)	(36,7)	9,7%
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	(468,9)	(341,1)	37,5%	(171,8)	(148,3)	15,8%
Koszty dostaw netto	(1 760,5)	(1 246,2)	41,3%	(565,2)	(429,3)	31,7%
Koszty usług marketingowych	(762,4)	(661,6)	15,2%	(231,2)	(229,4)	0,8%
Koszty pracownicze	(757,2)	(555,2)	36,4%	(187,2)	(153,1)	22,3%
Koszty usług IT	(152,5)	(100,9)	51,1%	(43,9)	(29,7)	47,8%
Pozostałe koszty	(331,8)	(195,0)	70,1%	(84,9)	(59,3)	43,1%
Odpisy netto z tytułu utraty wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów z klientami	(65,9)	(66,7)	(1,1%)	(16,3)	(22,0)	(25,5%)
Koszty transakcyjne	(3,2)	(49,8)	(93,6%)	(0,5)	(31,3)	(98,3%)
Zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją oraz odpisami z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych (EBITDA)	2 198,8	1 993,7	10,3%	683,7	461,6	48,1%

[1] zbadane Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe nie zawiera podziału kosztów operacyjnych na działalność w Polsce i Segment Mall za rok obrotowy 2022

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu zgodna z wymogami ESEF i dostępna na stronie www.allegro.eu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

PRZYCHODY

Przychody wzrosły o 424,3 mln PLN, czyli o 24,1%, z 5 352,9 mln PLN za rok obrotowy 2022 do 6 644,9 mln PLN za rok obrotowy 2022, natomiast za IV kwartał 2022 r. przychody wzrosły o 424,3 mln PLN, czyli o 26,5%, z 1 600,7 mln PLN za IV kwartał 2021 r. do 2 025,0 mln PLN. Poniżej opisano najważniejsze czynniki wpływające na główne strumienie przychodów.

PRZYCHODY PLATFORMY HANDLOWEJ

Przychody platformy handlowej wzrosły o 962,6 mln PLN, czyli o 22,3%, z 4 319,2 mln PLN w roku obrotowym 2021 do 5 281,7 mln PLN w roku obrotowym 2022, natomiast za IV kwartał 2022 r. przychody platformy handlowej wzrosły o 319,9 mln PLN, czyli o 26,0%, z 1 230,3 mln PLN w IV kwartale 2021 r. do 1 550,2 mln PLN. Wzrost ten wynikał przede wszystkim ze wzrostu GMV, który w roku obrotowym 2022 wyniósł 15,9% r/r (oraz wzrost o 14,0% r/r w IV kwartale 2022 r.) przy jednoczesnym wzroście Średniej prowizji od sprzedaży. Niewielkie podwyżki stawek prowizji oraz dwie podwyżki opłat za współfinansowanie darmowych dostaw w programie Smart!, odpowiednio w lutym i sierpniu 2022 r., spowodowały wzrost Średniej prowizji od sprzedaży o 0,59 p.p. r/r w roku obrotowym 2022 oraz o 1,06 p.p. r/r w IV kw. 2022 r.

USŁUGI REKLAMOWE

Przychody z usług reklamowych wzrosły o 130,3 mln PLN, czyli o 27,3%, z 477,1 mln PLN za rok obrotowy 2021 do 607,4 mln PLN za rok obrotowy 2022, natomiast za IV kwartał 2022 r. przychody z usług reklamowych wzrosły o 45,3 mln PLN, czyli o 29,7%, z 152,9 mln PLN za IV kwartał 2021 r. do 198,3 mln PLN. Wzrost ten wynikał przede wszystkim z dalszego powiększania zasobów wewnętrznych, większej skuteczności reklam, co przekładało się na wyższe wskaźniki klikalności i ROI dla reklamodawców, a także na wzrost cen reklam. Przychody z usług reklamowych w całym roku obrotowym 2022 nadal rosły szybciej niż GMV, osiągając poziom 1,2% GMV w roku obrotowym 2022 (wzrost z 1,1% w roku obrotowym 2021) i 1,4% GMV w IV kwartale 2022 r. (wzrost z 1,2% w IV kwartale 2021 r.).

KOSZTY OPERACYJNE

Koszty operacyjne wzrosły o 1 087,0 mln PLN, czyli o 32,4%, z 3 359,1 mln PLN w roku obrotowym 2021 do 4 446,1 mln PLN w roku obrotowym 2022, natomiast za IV kwartał 2022 r. koszty operacyjne wzrosły o 202,2 mln PLN, czyli o 17,8%, z 1 139,1 mln PLN w IV kwartale 2021 r. do 1 341,3 mln PLN. Wzrost za rok obrotowy wynikał głównie ze wzrostu kosztów dostaw netto, kosztów pracowniczych, kosztów usług marketingowych i kosztów usług IT, a także kosztów restrukturyzacji grupy poniesionych przez Allegro w celu ułatwienia integracji Grupy Mall i WE|DO z Grupą po przejęciu tych podmiotów. Z kolei koszty obsługi płatności rosły wolniej niż GMV, a odpisy netto z tytułu utraty wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów uległy zmniejszeniu w porównaniu z rokiem ubiegłym.

KOSZTY DOSTAW NETTO

Koszty dostaw netto wzrosły o 514,3 mln PLN, czyli o 41,3%, z 1 246,2 mln PLN w roku obrotowym 2021 do 1 760,5 mln PLN w roku obrotowym 2022, natomiast za IV kwartał 2022 r. koszty dostaw netto wzrosły o 135,9 mln PLN, czyli o 31,7%, z 429,3 mln PLN w IV kwartale 2021 r. do 565,2 mln PLN. Wzrost ten wynikał głównie z dalszego zwiększenia zarówno liczby, jak i udziału kupujących na platformie e-commerce Grupy, którzy byli użytkownikami programu SMART!, oraz z charakterystycznego dla tego segmentu znacznego wzrostu wydatków spowodowanego dostępnością ofert z darmową dostawą.

Wzrost liczby użytkowników programu SMART! w ujęciu rok do roku został wzmocniony kilkoma udoskonaleniami programu SMART! wprowadzonymi w trakcie poprzedniego roku. W marcu 2021 r. Grupa wprowadziła promocję „SMART! na Start”, będącą atrakcyjną ofertą dla mniej zaangażowanych nabywców, umożliwiającą wypróbowanie usługi SMART! w ramach abonamentowego pakietu pięciu darmowych dostaw SMART! Dalszymi innowacjami w programie SMART! było podniesienie dostępności usług kurierskich w ofertach SMART! do blisko 100% od połowy 2021 roku oraz obniżenie stawki MOV na przesyłki kurierskie do 40 PLN pod koniec września 2021 roku.

Oprócz wzrostu penetracji programu SMART!, zmiany te przełożyły się również na wzrost udziału dostaw kurierskich, które wzrosły znacząco w IV kw. 2021 i I kw. 2022 – w pierwszych kwartałach po obniżeniu MOV, jednak później uległy stabilizacji. Ponieważ w IV kw. 2022 r. nastąpiło pełne nałożenie się okresu, w którym obowiązują obniżone we wrześniu 2021 r. stawki MOV, udział przesyłek kurierskich ustabilizował się zasadniczo w ujęciu r/r i wzrósł tylko nieznacznie, o 0,6% r/r, a w ujęciu kwartalnym spadł o 3,0% kw/kw.

Ponadto w listopadzie 2022 roku Grupa wprowadziła zmiany w warunkach i cenniku programu Smart!, których celem jest poprawa rentowności tego programu. Od 21 listopada cena przedłużanych lub nowo kupowanych rocznych abonamentów Allegro Smart! wzrosła do 59,90 PLN z 49,00 PLN, a minimalna wartość zamówienia dla kwot zakupu od jednego sprzedawcy uprawniających do darmowej dostawy wzrosła do 45 PLN z 40 PLN dla automatów paczkowych i punktów PUDO oraz do 65 PLN z 40 PLN dla przesyłek kurierskich. Wpływ tych zmian będzie widoczny stopniowo, w miarę jak baza abonentów SMART! będzie przechodzić na nową taryfę na przestrzeni 12 miesięcy. Pomogą one zniwelować wpływ wyższych kosztów dostawy w przeliczeniu na paczkę, wynikających z faktu, że partnerzy świadczący usługi dostawy starają się przenieść presję inflacyjną.

Wzrost kosztów dostawy uległ spowolnieniu w ciągu 2022 roku, ponieważ w danych za rok ubiegły stopniowo zmniejszał się wpływ inicjatyw mających na celu ulepszenie programu Smart!, wprowadzonych w 2021 roku. W IV kwartale 2022 roku wzrosty wynikały głównie z podwyżek cen spowodowanych inflacją, wprowadzonych przez partnerów handlowych Allegro, przy czym największa zmiana nastąpiła w listopadzie. W IV kw. 2022 r. średni koszt dostawy SMART! wzrósł o 7,1% r/r, w porównaniu do wzrostu o 7,4% r/r w roku obrotowym 2022.

Koszty netto dostawy stanowią głównie nadwyżkę kosztów darmowej dostawy w ramach programu SMART! nad przychodami uzyskanymi z abonamentów SMART!, natomiast dofinansowanie od sprzedających jest ujmowane jako przychody z platformy handlowej, a tym samym uwzględniane w średniej prowizji od sprzedaży.

W IV kw. 2022 r. Grupa przeklasyfikowała dotacje na dostawy SMART! w wysokości 21,9 mln PLN z kosztu własnego sprzedaży w modelu 1P do kosztu dostaw netto w programie SMART! Kwota ta dotyczyła całego roku 2022, a zmiana została dokonana w celu ujednoczenia definicji kosztu własnego sprzedaży w modelu 1P w całej Grupie pomiędzy Allegro a Grupą Mall. Bez tej korekty koszt dostawy netto wzrósłby w IV kw. 2022 r. tylko o 26,6% r/r, wobec wzrostu o 46,3% r/r za 9 miesięcy 2022 r. i wzrostu o 41% w roku obrotowym 2022. W wyniku tej zmiany w zakresie księgowości odnotowano wzrost Marży brutto w modelu 1P na działalności w Polsce w IV kwartale 2022 r. i w roku obrotowym 2022.

KOSZTY USŁUG MARKETINGOWYCH

Koszty usług marketingowych wzrosły o 100,8 mln PLN, czyli o 15,2%, z 661,6 mln PLN w roku obrotowym 2021 do 762,4 mln PLN w roku obrotowym 2022, natomiast za IV kwartał 2022 r. koszty usług marketingowych wzrosły o 1,8 mln PLN, czyli o 0,8%, z 229,4 mln PLN w IV kwartale 2021 r. do 231,2 mln PLN. Znaczące spowolnienie wzrostu wydatków marketingowych w IV kw. 2022 r. wynikało głównie z istotnie niższych r/r kosztów kampanii marketingowych, w zakresie zarówno marketingu medialnego, jak i pozamedialnego. Wydatki na reklamę pay-per-click mające na celu zwiększenie pozyskiwania ruchu internetowego kontynuowały wzrost w czwartym kwartale 2022 r., chociaż był on znacznie niższy od średniego tempa wzrostu w całym roku.

KOSZTY PRACOWNICZE

Koszty pracownicze wzrosły o 202,0 mln PLN, czyli o 36,4%, z 555,2 mln PLN w roku obrotowym 2021 do 757,2 mln PLN w roku obrotowym 2022, natomiast za IV kwartał 2022 r. koszty pracownicze wzrosły o 34,1 mln PLN, czyli o 22,3%, z 153,1 mln PLN w IV kwartale 2021 r. do 187,2 mln PLN. Ten wzrost w ujęciu r/r wynikał ze wzrostu zatrudnienia przy jednoczesnym szybszym wzroście wynagrodzeń zasadniczych.

Wzrost zatrudnienia r/r wynika z dokonanych w 2021 r. inwestycji w organizację, których celem jest wspieranie działań innowacyjnych na szerszą skalę, w tym internacjonalizacji platformy handlowej oraz rozpoczęcia działalności komercyjnej w Polsce

w zakresie fulfillmentu, dostaw do własnych automatów paczkowych i usług kurierskich. Rekrutacja koncentrowała się na kluczowych obszarach organizacji, takich jak obszary Technologii, Handlu, Doświadczeń w Zakresie Dostaw i Doświadczeń Klienta, co powinno bezpośrednio przyczynić się z czasem do wzrostu GMV i przychodów.

Począwszy od II kwartału 2022 r. rekrutacja netto uległa znacznemu spowolnieniu, co wynikało z koncentracji na działaniach mających na celu obniżenie kosztów, a wzrost zatrudnienia w IV kwartale 2022 r. spowolnił do 12% r/r (w porównaniu do wzrostu o 19% r/r w III kwartale 2022 r. i 26% r/r w II kwartale 2022 r.). W ujęciu kwartalnym zatrudnienie nie uległo większym zmianom – w IV kwartale 2022 r. wzrosło jedynie o 1,7% kw/kw. Dokonano corocznego przeglądu wynagrodzeń, co ma wpływ na średni koszt zatrudnienia na pracownika od kwietnia 2022 r. Znacznie wyższy poziom inflacji w 2022 roku doprowadził do przyznania wyższych podwyżek niż podczas przeglądu wynagrodzeń w poprzednim roku. Dodatkowym czynnikiem było przyznanie w kwietniu po raz drugi rocznych nagród w formie jednostek PSU i RSU. Uprawnienia do otrzymanych jednostek są nabywane przez okres trzech lat, co spowodowało wzrost kosztów z tytułu programu Allegro Incentive Plan w związku z dotychczasowymi nagrodami oraz nagrodami przyznanymi w tym roku odpowiednio o 47,7 mln PLN w w roku obrotowym 2022 i 14,2 mln PLN w IV kw. 2022 r. Łącznie koszty wynagrodzeń w przeliczeniu na średnie zatrudnienie wzrosły o 10,9% w 2022 r. i o 6,9% z wyłączeniem programu AIP. Wzrost wynagrodzenia zasadniczego został częściowo skompensowany niższymi premiami za rok 2022 w porównaniu z premiami wypłaconymi za rok 2021.

POZOSTAŁE KOSZTY

Koszty inne niż koszty netto dostawy, koszty usług marketingowych i koszty pracownicze wzrosły o 269,9 mln PLN, czyli o 30,1%, z 896,1 mln PLN w roku obrotowym 2021 do 1 166,0 mln PLN w roku obrotowym 2022, natomiast za IV kwartał 2022 r. pozostałe koszty operacyjne wyniosły 357,7 mln PLN i wzrosły o 30,4 mln PLN, czyli o 9,3% r/r. Wzrost ten wynikał przede wszystkim z rosnących kosztów sprzedanych towarów, które wzrosły o 127,8 mln PLN r/r za rok obrotowy 2022, odzwierciedlając rozwój

działalności 1P, kosztów usług IT, które wzrosły o 51,6 mln PLN r/r za rok obrotowy 2022, oraz wzrostu w pozycji Pozostałe koszty w wysokości 136,8 mln PLN za rok obrotowy 2022. Ta ostatnia kwota obejmuje kwotę 46,6 mln PLN z tytułu kosztów restrukturyzacji i rozwoju Grupy poniesionych w wyniku przejęcia Grupy Mall / WE|DO, a także zwiększone koszty doradztwa i zaangażowania wykonawców na zasadzie outsourcingu w związku z rozwijaniem nowych produktów i usług związanych z programem podnoszenia jakości obsługi klienta, projektami związanymi z poprawą jakości obsługi klienta oraz bieżącymi pracami nad rozwojem katalogu produktów.

PROJEKT: ZDOLNOŚĆ DO WZROSTU

W trakcie roku obrotowego 2022 Grupa rozpoczęła realizację projektu zwiększania efektywności nazywanego „Zdolność do wzrostu”. Projekt „Zdolność do wzrostu”, będący jednym z siedmiu priorytetów Grupy ogłoszonych w III kw. 2022 r., obejmuje trzy filary. Po pierwsze strumień efektywności organizacyjnej ma na celu stworzenie całościowego schematu organizacyjnego obejmującego wszystkie zasoby, wzmocnienie kontroli kosztów i procesów związanych z zarządzaniem ludźmi, a także zwiększenie wydajności. Po drugie celem filaru dotyczącego unikania kosztów i poszukiwania oszczędności jest obniżenie kosztów operacyjnych i nakładów inwestycyjnych poprzez optymalizację i ściślejszą kontrolę kosztów w całej Grupie Allegro, bez wpływu na codzienną działalność lub zdolność do rentownego wzrostu. Wreszcie, strumień dotyczący zarządzania projektami i alokacji kapitału ma na celu wdrożenie w całej spółce procesu starannego doboru projektów inwestycyjnych, monitorowania alokacji zasobów oraz weryfikacji wyników realizacji projektów. Poprzez ponowne skupienie uwagi na kosztach, wydajności, nakładach inwestycyjnych i stopie zwrotu z inwestycji Kierownictwo stara się zwiększyć efekt dźwigni operacyjnej i poprawić wskaźniki inwestycji kapitałowych, aby uwolnić więcej przepływów pieniężnych na wsparcie realizacji priorytetów rozwojowych Grupy. Pierwsze efekty projektu „Zdolność do wzrostu” były już widoczne w roku obrotowym 2022 i zaowocowały oszczędnościami głównie w zakresie kosztów pracowniczych oraz innych pozycji kosztowych w rachunku zysków i strat.

ZYSK Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ PRZED AMORTYZACJĄ ORAZ ODPISAMI Z TYTUŁU UTRATY WARTOŚCI NIEFINANSOWYCH AKTYWÓW TRWAŁYCH (EBITDA)

Zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją oraz odpisami z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych (EBITDA) wzrósł o 205,1 mln PLN, czyli o 10,3%, z 1 993,7 mln PLN w roku obrotowym 2021 do 2 198,8 mln PLN w roku obrotowym 2022, natomiast za IV kwartał 2022 r. EBITDA wzrosła o 222,1 mln PLN, czyli o 48,1%, z 461,6 mln PLN w IV kwartale 2021 r. do 683,7 mln PLN. Wzrost ten wynikał przede wszystkim z czynników opisanych w punkcie 2.2.2.1. powyżej.

Skorygowana EBITDA uwzględnia kwotę 110,6 mln PLN jednorazowych korekt EBITDA wykazanych w roku obrotowym 2022, w porównaniu z kwotą 74,7 mln PLN odpowiadającą transakcjom jednorazowym ujętym w roku poprzednim. Najważniejsze korekty EBITDA w bieżącym okresie obejmowały koszty restrukturyzacji i rozwoju Grupy w wysokości 46,6 mln PLN oraz koszty transakcyjne w wysokości 3,2 mln PLN, związane głównie z przejściem i integracją po przejściu Grupy Mall, a także 47,7 mln PLN kosztów długoterminowego programu

motywacyjnego, w ramach którego Dyrektorem Wykonawczym, Kluczowym Członkiem Kierownictwa Wyższego Szczębla i innym pracownikom przyznawane są nagrody w postaci Ekwiwalentów akcji za wyniki („PSU”) i Ekwiwalentów akcji o ograniczonej zbywalności („RSU”), z czego 14,2 mln PLN zostało poniesione w IV kw. 2022 r. Jednorazowe korekty EBITDA w roku obrotowym 2022 obejmują również koszty restrukturyzacji zatrudnienia w wysokości 6,3 mln PLN.

Skorygowana EBITDA dla działalności w Polsce wzrosła do 707,7 mln PLN, co stanowi wzrost o 41,2% w IV kwartale 2022 r. Oznacza to przyspieszenie w stosunku do wzrostu o 24,6% r/r w III kwartale 2022 r. oraz znaczną poprawę w ujęciu z kwartału na kwartał w stosunku do spadku o 1,5% r/r w II kwartale 2022 r. i 13,6% r/r w I kwartale 2022 r., dzięki czemu Skorygowana EBITDA w roku obrotowym 2022 wzrosła o 11,6% r/r, osiągając poziom 2 309,4 mln PLN.



2.2.2 WYNIK DLA SEGMENTU MALL

Poniższa tabela przedstawia wybrane skonsolidowane dane finansowe Segmentu Mall, tj. Grupy Mall i WE|DO za rok obrotowy 2022 i IV kwartał 2022 r. Przejęcie spółek Mall Group a.s. i WE|DO CZ s.r.o. zostało sfinalizowane 1 kwietnia 2022 r. i wyniki finansowe tych podmiotów za IV kwartał 2022 r. są prezentowane w nowym segmencie operacyjnym „Mall”.

Wyniki Segmentu Mall za rok obrotowy 2022 prezentowane w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy obejmują wyniki za II, III i IV kwartał 2022 r., ale nie obejmują I kwartału 2022 r., tj. okresu przed finalizacją przejęcia, ponieważ wyniki sprzed przejęcia nie są częścią skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy.

Rachunek zysków i strat Segmentu Mall, w mln PLN	Rok obrotowy 2022 (niebadane)	IV kw. 2022 (niebadane)
GMV ^[1]	3 106,9	1 424,1
w tym 1P	2 616,3	1 182,2
w tym 3P	490,6	241,9
Przychody	2 365,8	1 060,6
Przychody platformy handlowej	59,1	29,9
Usługi reklamowe	4,9	2,0
Sprzedaż towarów	2 214,4	993,1
Pozostałe przychody	87,4	35,6
Koszty operacyjne ^[2]	(2 564,1)	(1 116,3)
Koszty obsługi płatności	(11,1)	(4,9)
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	(1 942,8)	(867,2)
Koszty dostaw netto	(12,9)	(6,4)
Koszty usług marketingowych	(208,7)	(104,4)
Koszty pracownicze	(258,6)	(91,0)
Koszty usług IT	(21,2)	(6,3)
Pozostałe koszty	(107,7)	(34,9)
Odpisy netto z tytułu utraty wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów z klientami	(1,0)	(1,0)
Zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją oraz odpisami z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych (EBITDA)	(198,3)	(55,6)

[1] Niebadane

[2] zbadane Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe nie zawiera podziału kosztów operacyjnych na działalność w Polsce i Segment Mall za rok obrotowy 2022

Poniższa tabela przedstawia wybrane szacunkowe dane porównawcze pro-forma dla Segmentu Mall za pełne dwanaście miesięcy roku obrotowego 2022 przy uwzględnieniu przejętej struktury organizacyjnej, która kontynuowała działalność po przejęciu. Wyniki podmiotów, które zostały wydzielone ze spółki Mall Group a.s. przez jej poprzednich właścicieli, ponieważ nie wchodziły w zakres uzgodnionego przejęcia, zostały wyłączone z wybranych historycznych danych finansowych pro-forma.

Wybrane dane finansowe pro-forma dla Segmentu Mall, w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2022 pro-forma ^[1]	Rok obrotowy 2022 pro-forma ^[1]	Zmiana % pro-forma ^[1]	IV kw. 2022	IV kw. 2022 pro-forma ^[1]	Zmiana % pro-forma ^[1]
GMV	3 910,9	4 174,2	(6,3%)	1 424,1	1 507,4	(5,5%)
Przychody	2 996,8	3 320,8	(9,8%)	1 060,6	1 150,9	(7,8%)
Skorygowana EBITDA	(197,0)	(58,9)	N/D ^[2]	(39,4)	(10,0)	N/D ^[2]
Aktywni Kupujący za ostatnie 12 mies. (w mln)	4,2	4,4	(5,9%)	4,2	4,4	(5,9%)
GMV na jednego Aktywnego Kupującego (w PLN)	936,3	940,5	(0,4%)	936,3	940,5	(0,4%)

Historyczne dane finansowe pro-forma dla sprawozdania z całkowitych dochodów w takiej samej formie i o takim samym poziomie szczegółowości jak dane wykorzystywane przez Grupę nie są dostępne w momencie sporządzania niniejszego raportu. Przed przejęciem Segment Mall funkcjonował w oparciu o inny plan kont, a wyniki historyczne obejmują wyniki podmiotów wydzielonych w trakcie roku obrotowego zakończony 31 marca 2021 r.

Kierownictwo Grupy stwierdziło, że przygotowanie w pełni porównywalnych danych pro forma za rok poprzedzający przejęcie dla wszystkich informacji finansowych, które Grupa uwzględniła w swoim Skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym, byłoby zbyt kosztowne i miałyby minimalną wartość dodatkową dla użytkownika niniejszego sprawozdania z działalności w porównaniu z trzema historycznymi wskaźnikami pro-forma przedstawionymi powyżej.

[1] Historyczne dane dotyczące GMV dla segmentu Mall oparte na danych pro-forma dla takiej samej struktury organizacyjnej, jaka została przejęta przez Grupę

[2] nie dotyczy, ponieważ dane porównawcze pro-forma były liczbą ujemną w okresie, za który przedstawiono dane porównawcze pro-forma

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu zgodna z wymogami ESEF i dostępna na stronie www.allegro.eu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

GMV

GMV pro-forma dla Segmentu Mall za rok obrotowy 2022 spadło o 6,3% r/r, co wynikało ze spadku GMV w modelu 1P pro-forma o – 10,9% r/r, przy czym GMV w modelu 3P za rok obrotowy wzrosło o 31% r/r. Było to wynikiem znacznie słabszego popytu konsumenckiego w roku obrotowym 2022 w krajach, w których działa Segment Mall, co odbiło się zarówno na GMV, jak i na marżach.

Ta niekorzystna sytuacja handlowa w roku obrotowym 2022 jest wynikiem połączenia dwóch kluczowych czynników. Po pierwsze, podobnie jak większość Europy Środkowej, kraje, w których działa Grupa Mall, doświadczyły znacznego wzrostu inflacji w II półroczu 2021 r. i w trakcie 2022 r., czemu towarzyszył gwałtowny wzrost stóp procentowych i spowolnienie realnego wzrostu sprzedaży detalicznej. Przykładowo realna dynamika sprzedaży detalicznej na kluczowych rynkach, na których działa Mall, we IV kwartale 2022 r. wyniosła – 8,6% w Czechach i – 1,0% na Słowacji. Ponieważ asortyment Segmentu Mall jest w znacznym stopniu skoncentrowany na elektronice i sprzęcie AGD, które stanowią część wydatków uznaniowych konsumentów, poziom GMV w Segmencie Mall jest znacznie niższy niż w przypadku działalności w Polsce, ponieważ platforma handlowa Allegro.pl oferuje znacznie większy asortyment w wielu kategoriach i po bardziej konkurencyjnych cenach.

Po drugie popyt w handlu internetowym został w ubiegłym roku znacząco pobudzony przez ścisły lockdown nałożony na tradycyjne sklepy detaliczne (wszystkie sklepy poza supermarketami i aptekami) w Czechach, który obowiązywał od stycznia do połowy maja 2021 roku.

Przygotowując się do uruchomienia platformy 3P w Czechach, Grupa koncentruje się również na poprawie sytuacji w zakresie działalności Mall w modelu 1P. Od momentu sfinalizowania przejęcia na początku II kwartału 2022 r. Grupa stara się dbać o to, by działalność Segmentu Mall w modelu 1P charakteryzowała się odpowiednią bazą najlepszych sprzedawców na rynku lokalnym, którzy są konkurencyjni cenowo. Doprowadziło to do stopniowej poprawy dynamiki wzrostu GMV w ujęciu rok do roku, po zakończeniu w połowie maja okresu, w przypadku którego wyniki porównawcze za poprzedni rok były szczególnie wysokie z uwagi

na ograniczenie działalności tradycyjnych sklepów detalicznych w związku z pandemią COVID-19, przy czym wzrost GMV wyniósł 6,5% r/r w III kwartale 2022 r. (w porównaniu do spadku o 6,0% w II kwartale 2022 r. i spadku o 18,7% w I kwartale 2022 r., przed sfinalizowaniem przejęcia). W IV kw. 2022 r. nastąpiło jednak pogorszenie dynamiki GMV r/r, przy czym GMV dla Segmentu Mall spadło o 5,5% r/r w IV kw., co było spowodowane spadkiem GMV w modelu 1P o 9,1% r/r. W tym samym okresie GMV w modelu 3P dla Segmentu Mall nadal rosła, wzrastając o 16,8% r/r w IV kwartale 2022 r., osiągając prawie 17,0% łącznej wartości GMV dla Segmentu Mall w IV kwartale 2022 r. (wzrost z 13,7% r/r na podstawie danych pro-forma). Odwrócenie tendencji wzrostowej w IV kwartale wynika zarówno z dużej ekspozycji Mall na uznaniowe wydatki konsumentów w sezonie zakupów świątecznych, jak i z decyzji Kierownictwa Grupy o skoncentrowaniu się na marży i przepływach pieniężnych w ostatnim kwartale, po tym jak w III kwartale osiągnięto względną stabilność w zakresie przychodów.

Przy założeniu stałego kursu walutowego, GMV w IV kwartale 2022 r. spadło o 9,7%, przy czym spadek ten został zmniejszony o 4,2 p.p. dzięki osłabieniu złotego, który jest walutą sprawozdawczą Grupy.

PRZYCHODY

Przychody pro-forma Segmentu Mall spadły o 9,8% r/r w roku obrotowym 2022 i o 7,9% w IV kwartale 2022 r., co było spowodowane silnym spadkiem GMV w modelu 1P, który stanowił ponad 83% GMV w strukturze sprzedaży w IV kwartale 2022 r. GMV w modelu 1P w Segmencie Mall spadła o 10,9% i 9,1% odpowiednio w roku obrotowym 2022 i 4 kwartale 2022 r.

SKORYGOWANA EBITDA

Skorygowana strata EBITDA pro-forma dla Segmentu Mall za rok obrotowy 2022 osiągnęła poziom 197,1 mln PLN, podczas gdy za rok obrotowy 2021 skorygowana strata EBITDA pro-forma wyniosła 58,9 mln PLN. Za ostatnie trzy kwartały 2022 r., które były objęte konsolidacją przez Grupę po przejęciu, Skorygowana strata EBITDA wyniosła 156,8 mln PLN, w porównaniu do straty 55,4 mln PLN w analogicznym okresie dziewięciu miesięcy 2021 r.

W IV kwartale 2022 r. Skorygowana strata EBITDA dla Segmentu Mall wyniosła 39,4 mln PLN podczas gdy w IV kwartale 2021 r. strata EBITDA pro-forma wyniosła 10,0 mln PLN. Skorygowana strata EBITDA zmniejszyła się w IV kwartale 2022 r. z poziomu 67,1 mln PLN odnotowanego w II kwartale 2022 r. i 50,3 mln PLN odnotowanego w III kwartale 2022 r., przy czym w IV kwartale straty są sezonowo niższe.

Grupa jest na dobrej drodze do wdrożenia w 2023 roku platformy handlowej Allegro na rynkach obsługiwanych przez Mall i koncentruje się na utrzymaniu zaangażowania użytkowników oraz jednoczesnym rozwoju bazy lokalnych sprzedających. Spółka WE|DO, prowadząca działalność dystrybucyjną w Segmencie Mall, odpowiada za 8,2 mln PLN skorygowanej straty EBITDA w IV kwartale 2022 r.

2.2.3 UZGODNIENIE CAŁKOWITYCH DOCHODÓW OGÓŁEM

Skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów	Rok obrotowy 2022 (niebadane)	Rok obrotowy 2021 (niebadane)	Zmiana %	IV kw. 2022 (niebadane)	IV kw. 2021 (niebadane)	Zmiana %
EBITDA – segment Polska	2 198,8	1 993,7	10,3%	683,7	461,6	48,1%
EBITDA dla Segmentu Mall	(198,3)	N/D	N/D	(55,6)	N/D	N/D
EBITDA	2 000,5	1 993,7	0,3%	628,1	461,6	36,1%
Amortyzacja oraz odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych	(3 182,7)	(520,8)	511,1%	(255,6)	(139,8)	82,8%
Amortyzacja wartości niematerialnych i prawnych	(632,0)	(435,4)	45,1%	(167,3)	(114,6)	46,0%
Amortyzacja środków trwałych	(240,0)	(85,4)	181,1%	(76,0)	(25,2)	201,3%
Odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych	(2 310,7)	—	N/D	(12,3)	—	N/D
Zysk z działalności operacyjnej	(1 182,1)	1 472,9	(180,3%)	372,4	321,8	15,7%
Wynik z działalności finansowej	(457,3)	(114,8)	298,3%	(110,3)	(70,2)	57,0%
Przychody finansowe	27,1	114,4	(76,3%)	7,6	(3,8)	N/D
Koszty finansowe	(490,6)	(229,7)	113,6%	(138,2)	(66,2)	108,6%
(Dodatnie)/ujemne różnice kursowe	6,1	0,5	1 100,8%	20,3	(0,2)	N/D
Zysk/(strata) przed opodatkowaniem	(1 639,5)	1 358,1	(220,7%)	262,1	251,6	4,2%
Podatek dochodowy	(277,3)	(268,5)	3,3%	(82,6)	(51,8)	59,3%
Zysk/(strata) netto	(1 916,8)	1 089,6	(275,9%)	179,6	199,7	(10,1%)
Inne całkowite dochody/(straty)	185,3	240,9	(23,1%)	(102,6)	132,6	(177,4%)
Razem całkowite dochody/(strata) za okres obrotowy	(1 731,5)	1 330,5	(230,1%)	77,0	332,3	(76,8%)

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu zgodna z wymogami ESEF i dostępna na stronie www.allegro.eu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

AMORTYZACJA ORAZ ODPISY Z TYTUŁU UTRATY WARTOŚCI NIEFINANSOWYCH AKTYWÓW TRWAŁYCH

Amortyzacja i odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych wzrosły o 2 661,9 mln PLN, czyli o 511,1%, z 520,8 mln PLN w roku obrotowym 2021 do 3 182,7 mln PLN w roku obrotowym 2022, natomiast za IV kwartał 2022 r. amortyzacja i odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych wzrosły o 115,8 mln PLN, czyli o 82,8%, z 139,8 mln PLN w IV kwartale 2021 r. do 255,6 mln PLN.

Wzrost odnotowany w roku obrotowym 2022 obejmuje koszty amortyzacji w wysokości 205,6 mln PLN ujęte przez Grupę Mall i WE|DO, które zostały objęte konsolidacją, z czego 89,5 mln PLN stanowi obciążenie z tytułu podwyższenia wartości godziwej aktywów netto przejętych podmiotów w kwocie 1 433,2 mln PLN brutto. Do najważniejszych wartości niematerialnych i prawnych zidentyfikowanych w procesie wstępnej alokacji ceny nabycia przeprowadzonym po przejściu należą relacje z klientami, oprogramowanie, domeny i znaki towarowe.

Główną przyczyną dużych wzrostów w roku obrotowym 2022 było ujęcie w III kwartale 2022 r. niepieniężnego odpisu z tytułu utraty wartości w wysokości 2 293 mln PLN w celu obniżenia wartości bilansowej Grupy Mall i WE|DO do szacowanej wartości odzyskiwalnej. Dodatkowe informacje przedstawiono w punkcie 2.3.1. „Podsumowanie najważniejszych wydarzeń”. Oprócz powyższego wzrost o 163,3 mln PLN w roku obrotowym 2022 jest związany z działalnością w Polsce, gdzie źródłem wzrostu są wyższe nakłady inwestycyjne oraz ujęcie aktywów z tytułu prawa do użytkowania w związku z nowo zawartymi umowami leasingu powierzchni biurowej oraz dzierżawą nowych lokalizacji pod lokalizację automatów paczkowych.

WYNIK Z DZIAŁALNOŚCI FINANSOWEJ

Wynik z działalności finansowej pogorszył się o 342,5 mln PLN, czyli o 298,3%, ze straty w wysokości 114,8 mln PLN w roku obrotowym 2021 do straty w wysokości 457,3 mln PLN w roku obrotowym 2022, natomiast wynik z działalności finansowej za IV kwartał 2022 r. pogorszył się o 40,1 mln PLN, czyli o 57,0%, ze straty w wysokości 70,2 mln PLN w IV kwartale 2021 r. do straty w wysokości 110,3 mln PLN.

Zmiana ta wynika głównie ze wzrostu stóp procentowych przy równoczesnym wzroście niezabezpieczonej części zadłużenia pozostającego do spłaty. Wzrost wartości nominalnej zadłużenia wynika z ujęcia zadłużenia w kwocie 1 500,0 mln PLN, które zostało pierwotnie zaciągnięte w związku z zakończeniem transakcji przejęcia Grupy Mall i WE|DO, a następnie częściowo zredukowane w IV kwartale 2022 r., kiedy to Grupa spłaciła w całości wielowalutowy kredyt odnawialny w wysokości 500 mln PLN, który został zaciągnięty w koronach czeskich. Znaczny wzrost stopy referencyjnej WIBOR w roku 2022 został spowodowany przez Narodowy Bank Polski, który od października 2021 roku do września 2022 roku podnosił stopy procentowe w Polsce 11 razy, w wyniku czego stopa WIBOR osiągnęła najwyższy poziom od dwóch dekad.

W rezultacie organiczne zmniejszenie wskaźnika dźwigni finansowej osiągnięte od czasu debiutu giełdowego Grupy w 2020 r. zostało zniwelowane przez wzrost salda kredytów i pożyczek, co spowodowało wzrost wskaźnika dźwigni finansowej Grupy do najwyższego poziomu 3,54x w I półroczu 2022 r. Chociaż w drugiej połowie 2022 r. wskaźnik dźwigni zaczął się zmniejszać, osiągając poziom 2,91x na koniec 2022 r. (w porównaniu z 1,77x na koniec 2021 r.), to wzrost dźwigni r/r przełożył się na zmianę oczekiwanych wpływów pieniężnych z tytułu zaciągniętych przez Grupę kredytów i pożyczek, a następnie na ujęcie niepieniężnych kosztów finansowych w wysokości 47,0 mln PLN w związku z wyższą oczekiwaną marżą odsetkową, co spowodowało zwiększenie wyceny zadłużenia Grupy według zamortyzowanego kosztu o tę samą kwotę. W okresie porównawczym Grupa ujęła niepieniężne przychody finansowe w wysokości 105,9 mln PLN, co wynikało ze zmniejszenia dźwigni finansowej Grupy. Koszty odsetkowe brutto wzrosły o 360,4

mln PLN za rok obrotowy 2022 do 485,0 mln PLN oraz o 141,2 mln PLN za IV kwartał 2022 r. do 168,8 mln PLN w związku z rosnącymi kosztami rynkowymi kredytów i pożyczek, wyższą marżą odsetkową spowodowaną wzrostem dźwigni finansowej oraz dodatkowym zadłużeniem zaciągniętym w celu sfinalizowania przejęcia Grupy Mall.

Wzrost kosztów kredytów i pożyczek Grupy został częściowo zrównoważony przez korzystny wynik rozliczenia kontraktów swap zamieniających zmienną stopę procentową na stopę stałą, generujący przychód w wysokości 146,8 mln PLN w roku obrotowym 2022 i 60,8 mln PLN w IV kwartale 2022 r., w porównaniu z kosztem w wysokości odpowiednio 58,6 mln PLN i 14,2 mln PLN w porównywalnych okresach.

Dodatkowo, na wynik z działalności finansowej Grupy w IV kwartale 2022 r. wpłynęły dodatnie różnice kursowe w wysokości 20,3 mln PLN, wynikające z umocnienia się złotego, co spowodowało ujęcie niezrealizowanych dodatnich różnic kursowych na nierozliczonych pozycjach bilansowych w walutach obcych.

PODATEK DOCHODOWY

Podatek dochodowy wzrósł o 8,8 mln PLN, czyli o 3,3%, z 268,5 mln PLN za rok obrotowy 2021 do 277,3 mln PLN za rok obrotowy 2022, natomiast za IV kwartał 2022 r. podatek dochodowy wzrósł o 30,8 mln PLN, czyli o 59,3%, z 51,8 mln PLN za IV kwartał 2021 do 82,6 mln PLN.

Grupa generuje większość dochodów do opodatkowania w Polsce, w związku z czym podlega opodatkowaniu na podstawie Ustawy o podatku dochodowym od osób prawnych („CIT”). Stawka podatku CIT wynosi 19% w Polsce, Czechach i Słowenii. Spółki luksemburskie podlegają opodatkowaniu stawką 24,94%, słowackie 21%, węgierskie 9%, a chorwackie 18%. Efektywna stopa podatku Grupy w IV kwartale 2022 r. wyniosła 31,4%, w porównaniu ze stopą 20,6% w IV kwartale 2021 r. Efektywna stawka podatku za rok obrotowy 2022 nie jest możliwa do obliczenia ze względu na ujęcie niepodlegającego odliczeniu odpisu z tytułu utraty wartości firmy opisanego w punkcie 2.3.1.

mln PLN	Rok obrotowy 2022 (niebadane)	Rok obrotowy 2021 (niebadane)	Zmiana %	IV kw. 2022 (niebadane)	IV kw. 2021 (niebadane)	Zmiana %
Podatek dochodowy bieżący	(292,8)	(293,0)	(0,1%)	(105,0)	(83,0)	26,4%
Korekty z tytułu podatku bieżącego za poprzednie okresy	(52,6)	(1,4)	3 759,4%	(0,3)	—	N/D
(Zwiększenie) / Zmniejszenie stanu rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego	68,0	25,8	163,4%	22,7	31,2	(27,4%)
Obciążenie z tytułu podatku dochodowego	(277,3)	(268,5)	3,3%	(82,6)	(51,8)	59,3%

Na obciążenie z tytułu podatku dochodowego za rok obrotowy 2022 wpłynęły wyniki kontroli podatkowych przeprowadzonych przez organy podatkowe.

W dniu 28 czerwca 2022 r. spółki Allegro i Ceneo.pl otrzymały oficjalne wyniki kontroli podatkowych przeprowadzonych przez Naczelnika Małopolskiego Urzędu Celno-Skarbowego, które dotyczyły rozliczeń podatku dochodowego od osób prawnych („CIT”) tych spółek za okres od 28 lipca 2016 r. do 31 grudnia 2017 r. oraz za rok 2018. Organ podatkowy zakwestionował możliwość odliczenia od podatku opłaty przygotowawczej zapłaconej przez Spółki na rzecz podmiotów powiązanych, ponieważ opłata ta dotyczyła otrzymanego kapitału, jak również zakwestionował wysokość odsetek płaconych przez spółki na rzecz ich akcjonariusza z tytułu pożyczek wewnątrzgrupowych. W lipcu 2022 r. organ podatkowy rozpoczął kontrole podatku u źródła za lata obrotowe 2017-2018 w spółkach Allegro i Ceneo.pl, przy czym kontrole te zostały również zakończone wraz z przedstawieniem oficjalnych ustaleń we wrześniu 2022 r. Organ podatkowy zakwestionował brak podatku u źródła od odsetek naliczonych na zasadach innych niż rynkowe, które spółki zapłaciły swojemu akcjonariuszowi z tytułu pożyczek wewnątrzgrupowych. We wrześniu 2022 r. organ podatkowy rozpoczął kontrole w zakresie podatku CIT za lata obrotowe 2019-2020 w spółkach Allegro i Ceneo.pl, które zakończyły się w styczniu 2023 r. bez oficjalnych ustaleń (tzn. organ podatkowy zaakceptował korekty sporządzone przez spółki). W styczniu 2023 r. organ podatkowy rozpoczął kontrole w zakresie podatku u źródła za lata obrotowe 2019-2020 w spółkach Allegro i Ceneo, które zakończyły się w lutym 2023 r. bez oficjalnych ustaleń (tzn. organ podatkowy zaakceptował korekty sporządzone przez spółki zgodnie z wcześniejszymi oficjalnymi ustaleniami).

Po dokładnej analizie otrzymanych oficjalnych ustaleń z kontroli podatkowych i przy wsparciu doradcy podatkowego, Kierownictwo Grupy zdecydowało się dobrowolnie skorygować swoje zeznania podatkowe za skontrolowane okresy i utworzyło rezerwę na dodatkowe płatności podatku.

W 2022 r. Grupa uregulowała następujące zobowiązania podatkowe wobec organu podatkowego: (i) zobowiązanie z tytułu podatku CIT za lata 2016–2018 poprzez przekazanie podatku w kwocie 22,5 mln PLN oraz odsetek w kwocie 7,7 mln PLN; (ii) zobowiązanie z tytułu podatku u źródła wobec organu podatkowego za lata 2016–2018 poprzez przekazanie podatku w kwocie 3,3 mln PLN oraz odsetek w kwocie 1,3 mln PLN; (iii) zobowiązanie z tytułu podatku CIT wobec organu podatkowego za lata 2019–2020 poprzez przekazanie podatku w kwocie 8,5 mln PLN oraz odsetek w kwocie 1,6 mln PLN. Ponadto w 2023 r. (przed zatwierdzeniem niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego) Grupa uregulowała zaległe zobowiązanie z tytułu podatku u źródła za lata 2019-2020 poprzez przekazanie podatku w kwocie 3,6 mln PLN oraz odsetek w kwocie 1,1 mln PLN.

Obciążenia związane z podatkiem bieżącym za poprzednie okresy oraz podatkiem u źródła są prezentowane w sprawozdaniu z całkowitych dochodów w pozycji dotyczącej podatku dochodowego, natomiast odsetki od tych kar są ujmowane w kosztach finansowych. Na dzień 31 grudnia 2022 r. nieuregulowane zobowiązanie z tytułu niepewności dotyczącej opodatkowania wynosi 22,8 mln PLN.

Grupa nie zidentyfikowała żadnych innych transakcji i operacji, które mogą stanowić ryzyko z tytułu Niepewnej Pozycji Podatkowej, co mogłoby wymagać utworzenia odpowiednich rezerw. Grupa nie może jednak wykluczyć ryzyka, że organy podatkowe zastosują inne podejście niż to przyjęte przez Grupę, co może mieć negatywny wpływ na działalność Grupy.

ZYSK NETTO

Zysk netto zmniejszył się o 3 004,5 mln PLN, czyli o 275,7%, z 1 089,6 mln PLN za rok obrotowy 2021 do ujemnej wartości 1 914,9 mln PLN za rok obrotowy 2022, natomiast za IV kwartał 2022 r. zysk netto zmniejszył się o 18,2 mln PLN, czyli o 9,1%, z 199,7 mln PLN za IV kwartał 2021 r. do 181,5 mln PLN wskutek opisanych powyżej czynników.

SKORYGOWANY ZYSK NETTO

Skorygowany zysk netto zmniejszył się o 429,5 mln PLN, czyli o 40,8% r/r, z 1 051,8 mln PLN w roku obrotowym 2021 do 622,4 mln PLN w roku obrotowym 2022, po wyłączeniu korekt EBITDA w wysokości 152,2 mln PLN, po odjęciu skutków podatkowych powyższych korekt w wysokości 16,8 mln PLN oraz odpisów z tytułu utraty wartości aktywów niefinansowych w Grupie Mall i WE|DO w wysokości 2 293,0 mln PLN, negatywnego wpływu ponownej wyceny kredytów i pożyczek w wysokości 58,2 mln PLN oraz korekty z tytułu jednorazowego wpływu postępowań podatkowych w wysokości 52,6 mln PLN.

W IV kwartale 2022 r. skorygowany zysk netto zmniejszył się o 16,6 mln PLN, czyli o 7,0% r/r, z 235,0 mln PLN w IV kwartale 2021 r. do 218,5 mln PLN, po wyłączeniu korekt EBITDA w kwocie 40,1 mln

PLN oraz skutków podatkowych powyższych korekt w kwocie 1,6 mln PLN, a także korekty o 0,3 mln PLN z tytułu jednorazowego wpływu postępowania podatkowego.

Spadek skorygowanego zysku netto r/r wynika głównie z uwzględnienia po raz pierwszy w konsolidacji strat EBITDA Grupy Mall i WE|DO, wyższych kosztów amortyzacji, które są również w dużej mierze związane z tą konsolidacją dokonaną po raz pierwszy, a także znacznie wyższych kosztów finansowych netto, co zostało wyjaśnione powyżej.

Poniższa tabela przedstawia uzgodnienie pomiędzy raportowanym a skorygowanym zyskiem netto w analizowanym okresie.

Uzgodnienie skorygowanego zysku netto w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2022	Rok obrotowy 2021	IV kw. 2022	IV kw. 2021
Zysk/(strata) netto	(1 916,8)	1 089,6	179,6	199,7
Korekty EBITDA	152,2	74,7	40,1	39,6
Skutki podatkowe korekt EBITDA	(16,8)	(6,6)	(1,6)	(4,3)
Utrata wartości, wynik z działalności finansowej i korekty podatku	2 403,8	(105,9)	0,3	—
Utrata wartości aktywów niefinansowych	2 293,0	—	—	—
Aktualizacja wartości kredytów i pożyczek	58,2	(105,9)	—	—
Skutki postępowań podatkowych	52,6	—	0,3	—
Skorygowany zysk netto	622,4	1 051,8	218,5	235,0

INNE CAŁKOWITE DOCHODY

Inne całkowite dochody zmniejszyły się o 55,6 mln PLN, czyli o 23,1%, z 240,9 mln PLN za rok obrotowy 2021 do 185,3 mln PLN za rok obrotowy 2022, natomiast za IV kwartał 2022 r. inne całkowite dochody zmniejszyły się o 235,2 mln PLN, czyli o 177,4%, z 132,6 mln PLN za IV kwartał 2021 r. do straty w wysokości 102,6 mln PLN. Zmiany te wynikały głównie ze zmieniających się oczekiwań dotyczących stóp procentowych i ich wpływu na wartość godziwą kontraktów swap na stopy procentowe Grupy, zabezpieczających kredyty i pożyczki Grupy na stałe stopy procentowe w wysokości 5 625 mln PLN. Wolniejsze niż w 2021 roku tempo wzrostu oczekiwań dotyczących stóp procentowych w 2022 roku doprowadziło do mniejszego wzrostu wartości godziwej kontraktów swap na stopy procentowe w roku obrotowym 2022. Z kolei malejące oczekiwania dotyczące stóp procentowych w IV kwartale 2022 roku doprowadziły do spadku wartości godziwej kontraktów swap na stopy procentowe w ostatnim kwartale roku.

2.2.4. PRZEGLĄD WYNIKÓW DOTYCZĄCYCH PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH

Poniższa tabela przedstawia przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej, inwestycyjnej i finansowej za lata obrotowe 2022 r. i 2021 r.

CAŁKOWITE DOCHODY OGÓŁEM

Całkowite dochody ogółem zmniejszyły się o 3 062,1 mln PLN, tj. o 230,1%, z 1 330,5 mln PLN za rok obrotowy 2021 do 1 731,5 mln PLN straty za rok obrotowy 2022, natomiast za IV kwartał 2022 r. całkowite dochody ogółem zmniejszyły się o 255,3 mln PLN, tj. o 76,8%, z 332,3 mln PLN za IV kwartał 2021 r. do 77,0 mln PLN w wyniku opisanych powyżej czynników.

Przepływy pieniężne, w mln PLN	Rok obrotowy 2022 (niebadane)	Rok obrotowy 2021 (niebadane)	Zmiana %	IV kw. 2022 (niebadane)	IV kw. 2021 (niebadane)	Zmiana %
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	1 854,7	1 406,6	31,9%	854,9	387,5	120,6%
Zysk przed opodatkowaniem	(1 639,5)	1 358,1	(220,7%)	262,1	251,6	4,2%
Podatek dochodowy zapłacony	(450,3)	(303,5)	48,4%	(69,9)	(40,8)	71,2%
Amortyzacja oraz odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych	3 182,7	520,8	511,1%	255,7	139,8	82,9%
Koszty odsetkowe netto	454,8	109,4	315,9%	128,9	61,2	110,5%
Zmiany stanu kapitału obrotowego netto	217,3	(301,3)	N/D	271,4	(36,4)	N/D
Pozostałe pozycje przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej	89,7	23,1	288,0%	6,7	12,1	(44,8%)
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(3 075,9)	(429,9)	615,5%	(162,3)	(173,0)	(6,2%)
Skapitalizowane koszty prac rozwojowych	(336,3)	(224,8)	49,6%	(87,1)	(62,7)	39,0%
w tym działalność w Polsce	(292,6)	(224,8)	30,1%	(61,7)	(62,7)	(1,6%)
w tym Mall	(43,7)	—	N/D	(25,4)	—	N/D
Pozostałe nakłady inwestycyjne	(385,9)	(182,2)	111,8%	(70,5)	(87,7)	(19,6%)
w tym działalność w Polsce	(369,4)	(182,2)	102,7%	(67,1)	(87,7)	(23,5%)
w tym Mall	(16,5)	—	N/D	(3,4)	—	N/D
Nabycie jednostek zależnych	(2 354,7)	(22,6)	10 341,8%	(4,8)	(22,6)	(78,5%)
Pozostałe przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej	1,1	(0,3)	N/D	0,2	—	N/D
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	141,5	(204,5)	N/D	(668,2)	(31,6)	2 014,5%
Zaciągnięcie kredytów i pożyczek	1 500,0	—	N/D	—	—	N/D
Splata kredytów i pożyczek	(888,9)	(1,7)	1 338,3%	(507,9)	(1,7)	29 776,0%
Odsetki zapłacone	(493,9)	(124,6)	296,5%	(168,7)	(27,6)	511,3%
Rozliczenia z tytułu instrumentów zabezpieczających stopę procentową	130,5	(61,8)	N/D	44,5	(14,2)	N/D
Opłaty leasingowe	(88,4)	(36,0)	145,3%	(35,0)	(10,2)	243,4%
Pozostałe przepływy pieniężne z działalności finansowej	(17,8)	19,5	(190,9%)	(1,0)	22,0	(104,4%)
Zwiększenie/(zmniejszenie) stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(1 079,7)	772,2	(239,8%)	24,4	183,0	(86,7%)

ŚRODKI PIENIĘŻNE NETTO Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ

Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej wzrosły o 448,1 mln PLN, tj. 31,9% r/r w roku obrotowym 2022 oraz wzrosły o 467,4 mln PLN, tj. 120,6% r/r za IV kwartał 2022 roku, głównie dzięki wpływom kapitału obrotowego, podczas gdy w poprzednich okresach miały miejsce wypływy tego kapitału, co zostało częściowo zniwelowane przez wzrost kosztów odsetkowych netto (zob. szczegółowe informacje w Nocie 2.2.4). W zakresie kapitału obrotowego Grupa odnotowała wpływy netto w wysokości 217,3 mln PLN w roku obrotowym 2022 w porównaniu do wypływów w wysokości 301,3 mln PLN w okresie porównawczym. Poprawa ta wynika głównie z mniejszego zużycia gotówki przez Allegro Pay, pomimo dalszego szybkiego wzrostu tej działalności w 2022 r., w wyniku rozszerzenia zakresu współpracy z Aion Bankiem o sprzedaż pożyczek Kup Teraz, Zapłać Później (BNPL) w IV kwartale 2022 r. W rezultacie pomimo istotnego wzrostu skali działalności Grupy w zakresie pożyczek konsumenckich, dzięki czemu wartość pożyczek udzielonych w roku obrotowym 2022 wyniosła 5,5 mld PLN (+273,9% r/r), łączny odpływ kapitału obrotowego wynikający z tych transakcji wyniósł 8,1 mln PLN w ramach finansowania ze źródeł Grupy w roku obrotowym 2022 w porównaniu do wykorzystania 306,8 mln PLN w roku poprzednim, przy czym w IV kwartale 2022 roku sprzedano pożyczki o wartości 730,5 mln PLN, w tym pożyczki BNPL o wartości 168,0 mln PLN. Pozytywne zmiany stanu kapitału obrotowego zostały dodatkowo wzmocnione przez znaczny wzrost zobowiązań z tytułu dostaw i usług, co wynika z typowego dla Grupy Mall sezonowego szczytu sprzedaży w IV kwartale, ponieważ rozliczenia z dostawcami trwają przez cały I kwartał po okresie świątecznym. Wpływy pieniężne netto z działalności operacyjnej zostały zmniejszone przez wyższą kwotę zapłaconego podatku dochodowego, która wzrosła o 146,8 mln PLN w porównaniu z rokiem poprzednim.

ŚRODKI PIENIĘŻNE NETTO WYKORZYSTANE W DZIAŁALNOŚCI INWESTYCYJNEJ

W ramach środków pieniężnych netto wykorzystanych w działalności inwestycyjnej odnotowano w roku obrotowym 2022 wypływ w wysokości 3 075,9 mln PLN, głównie z powodu nabycia Grupy Mall i WE|DO. Cena za akcje Grupy Mall i udziały w WE|DO została rozliczona poprzez połączenie wynagrodzenia w postaci akcji i płatności gotówkowej, która obejmowała zarówno nowe finansowanie dłużnego, jak i środki własnych Grupy. Całkowity wypływ środków pieniężnych odnotowany po zakończeniu transakcji przejęcia wyniósł 473,5 mln EUR (równowartość 2 219,0 mln PLN) i obejmował stratę w wysokości 16,8 mln PLN powstałą na rozliczeniu warunkowego kontraktu terminowego, zawartego przez Grupę w celu zminimalizowania ryzyka walutowego związanego z transakcją. Dodatkowo na dzień Transakcji Grupa uregulowała pozostałe zadłużenie Podmiotów przejmowanych z tytułu pożyczki wobec poprzednich akcjonariuszy w wysokości 1 089,1 mln CZK (równowartość 207,6 mln PLN), stanowiące część ceny nabycia przejętych przedsiębiorstw. Łączny wypływ środków pieniężnych z tytułu transakcji przejęcia został przedstawiony po odjęciu środków pieniężnych podmiotów przejmowanych w wysokości 61,6 mln PLN i pomniejszeniu o ujęcie składnika aktywów z tytułu odszkodowania w wysokości 15,1 mln PLN. Wpływy pieniężne z tytułu przejęcia jednostek zależnych zostały dodatkowo zwiększone w związku z odroczonej płatnością za udziały w X-press Couriers sp. z o.o. w wysokości 1,0 mln PLN oraz w Opennet.pl Sp. z o.o. w wysokości 3,9 mln PLN.

Pozostałymi czynnikami przekładającymi się na wzrost wypływu środków z działalności inwestycyjnej są wyższe koszty prac rozwojowych podlegających kapitalizacji, które wzrosły o 111,5 mln PLN, czyli o 49,6% r/r za rok obrotowy 2022 oraz o 24,4 mln PLN, czyli o 39,0% r/r za IV kwartał 2022 r., co jest związane z tendencją wzrostową w zakresie liczby osób zatrudnionych w zespole technologicznym, mającą na celu stworzenie niezbędnego potencjału dla realizowanych projektów rozwoju platformy, jak również odzwierciedla wpływ przejęcia Grupy Mall i WE|DO.

Ponadto pozostałe nakłady inwestycyjne Grupy wzrosły o 203,7 mln PLN, czyli 111,8% r/r za rok obrotowy 2022 i spadły o 17,2 mln PLN, czyli 19,6% r/r za IV kwartał 2022 r. Wzrost r/r wynika z coraz szybszej rozbudowy własnej sieci automatów paczkowych Allegro, inwestycji w wyposażenie nowych biurów Grupy, w których oddano już do użytku większość nowych powierzchni, oraz z objęcia konsolidacją inwestycji kapitałowych Grupy Mall i WE|DO.

ŚRODKI PIENIĘŻNE NETTO WYKORZYSTANE W DZIAŁALNOŚCI FINANSOWEJ

W roku obrotowym 2022 wpływy pieniężne netto z działalności finansowej wyniosły 141,5 mln PLN, co wynikało głównie z wykorzystania pomostowego kredytu terminowego w wysokości 1 000,0 mln PLN oraz wielowalutowego kredytu odnawialnego o równowartości 500,0 mln PLN, zaciągniętego w ramach czeskich celem częściowego sfinansowania przejęcia Grupy Mall / WE|DO, które zostało sfinalizowane 1 kwietnia 2022 r. Jednakże w IV kwartale 2022 r. Grupa spłaciła w całości wielowalutowy kredyt odnawialny o równowartości 500,0 mln PLN, przy czym ze względu na niekorzystne zmiany kursu walutowego łączna kwota spłat kredytów i pożyczek wyniosła 507,9 mln PLN. Ponadto w ramach opisanej powyżej transakcji przejęcia Grupa spłaciła całe zaległe zadłużenie podmiotów przejmowanych wobec banków finansujących w wysokości 2 004,8 mln CZK (równowartość 381,0 mln PLN).

Wpływy pieniężne z działalności finansowej zostały dodatkowo wzmocnione przez korzystny wynik rozliczenia kontraktów swap zamieniających zmienną stopę procentową na stopę stałą, co wygenerowało wpływ w wysokości 130,5 mln PLN za rok obrotowy 2022 w porównaniu z wypływem w wysokości 61,8 mln PLN za rok obrotowy 2021, ze względu na obserwowany na rynku znaczny wzrost stopy referencyjnej WIBOR pod koniec 2021 r. i na początku 2022 r., co spowodowało korzystne przeszacowanie zabezpieczonej ekspozycji Grupy na ryzyko stopy procentowej.

Z drugiej strony ten sam wzrost stóp procentowych wraz ze wzrostem brutto wartości nominalnej kredytów i pożyczek o 1 500,0 mln PLN przyczynił się do zwiększenia płatności odsetkowych wynikających z zadłużenia Grupy, które wzrosły o 368,7 mln PLN, czyli 295,9% r/r, czyli zmieniły się w przeciwnym kierunku niż kwoty otrzymane w ramach rozliczenia kontraktów swap zamieniających zmienną stopę procentową na stopę stałą.

2.2.5. ZADŁUŻENIE

w mln PLN (niebadane)	31.12.2022	31.12.2021
Skorygowana EBITDA za ostatnie 12 miesięcy dla działalności w Polsce	2 309,4	2 068,5
Skorygowana EBITDA za ostatnie 12 miesięcy – Segment Mall	(156,8)	N/D
Skorygowana EBITDA za ostatnie 12 mieś.	2 152,7	2 068,5
Kredyty i pożyczki wyceniane wg zamortyzowanego kosztu	6 453,5	5 366,3
Zobowiązania z tytułu leasingu	690,2	251,1
Środki pieniężne	(877,6)	(1 957,2)
Zadłużenie netto	6 266,1	3 660,2
Dźwignia finansowa	2,91 x	1,77 x
Kapitał własny	8 981,3	9 454,1
Wskaźnik zadłużenia netto do kapitału własnego	69,8%	38,7%

Na dzień 31 grudnia 2022 r. łączne zadłużenie Grupy z tytułu kredytów i pożyczek wynosiło 6 453,5 mln PLN, co obejmuje kapitał w kwocie 6 997,7 mln PLN skorygowany w celu prezentacji według zamortyzowanego kosztu.

W dniu 9 listopada 2022 r. Grupa dokonała refinansowania pomostowego kredytu terminowego w wysokości 1 000,0 mln PLN za pomocą nowego kredytu („Nowy Kredyt Dodatkowy”). Termin spłaty i marża Nowego Kredytu Dodatkowego zostały dostosowane do warunków kredytu terminowego B w ramach tej samej Umowy Kredytów Nadrzędnych („SFA”). Termin spłaty przypada na 14 października 2025 r., a marża będzie się zmieniać w zależności od poziomu dźwigni finansowej Grupy. Pozostałe warunki, w tym warunki dotyczące poręczycieli i zabezpieczeń transakcji, są takie same jak w przypadku pozostałych kredytów i pożyczek Grupy określonych w umowie SFA, bez żadnych dodatkowych kowenantów.

W IV kwartale 2022 r. Grupa spłaciła w całości kredyt odnawialny („Nowy Kredyt Odnawialny”) zaciągnięty w CZK w kwocie stanowiącej równowartość 500,0 mln PLN przeznaczony na przejęcie Grupy Mall i WE|DO. Okres dostępności dwóch w pełni nie-wykorzystanych kredytów odnawialnych w łącznej wysokości 1 000 mln PLN upływa we wrześniu 2025 r.

Od początku 2022 r. zobowiązania z tytułu leasingu wzrosły o 439,1 mln PLN, przy czym na wzrost ten składa się kwota 267,8 mln PLN związana z rozpoczęciem najmu nowo oddanej powierzchni biurowej w Polsce oraz dodatkowo kwota 151,1 mln PLN związana z umowami leasingowymi zawartymi z Grupą Mall i WE|DO.

Istotne zmniejszenie stanu środków pieniężnych wynika z opisanego powyżej nabycia, ponieważ Grupa wykorzystwała znaczną część swoich środków pieniężnych do uregulowania gotówkowych składników wynagrodzenia z tytułu przejęcia.

Wzrost wskaźnika dźwigni finansowej Grupy z poziomu 1,77x na koniec 2021 r. do 2,91x na koniec IV kwartału 2022 r. wynikał przede wszystkim z następujących czynników:

- ze wzrostu stanu kredytów i pożyczek w wyniku wykorzystania kredytu pomostowego w wysokości 1 000,0 mln PLN, zaciągniętego w celu sfinansowania przejęcia Grupy Mall, refinansowanego następnie w IV kwartale 2022 r. nowym kredytem długoterminowym o tej samej kwocie kapitału;
- ze wzrostu stanu zadłużenia z tytułu leasingu spowodowanego czynnikami opisanymi powyżej;
- ze zmniejszenia stanu posiadanych środków pieniężnych o 1 079,6 mln PLN (zob. szczegółowe informacje w poprzedniej Nocie: Przegląd wyników dotyczących przepływów pieniężnych)
- jednakże wzrost wskaźnika dźwigni finansowej Grupy został ograniczony przez wzrost Skorygowanej EBITDA r/r narastająco za dwanaście miesięcy o 4,1%, co było wynikiem dobrych wyników z działalności w Polsce w IV kwartale 2022 r.

Pomimo wzrostu wskaźnika dźwigni r/r, począwszy od drugiej połowy 2022 r. wskaźnik dźwigni Grupy zaczął się zmniejszać, ponieważ EBITDA za ostatnie 12 mies. dla działalności w Polsce nadal rosła i przyczyniła się do obniżenia wskaźnika dźwigni z 3,54x na koniec czerwca do 3,44x na koniec września i dalej do 2,91x na koniec grudnia 2022 r. Zmniejszenie wskaźnika dźwigni finansowej zostało wzmocnione przez poprawę przepływów pieniężnych dzięki udanym inicjatywom w zakresie rentowności w Polsce (monetyzacja i optymalizacja kosztów), optymalizację nakładów inwestycyjnych i zarządzanie stanem magazynowym Mall, a także rozszerzenie zakresu sprzedaży pożyczek Allegro Pay do Aion Bank o pożyczki Kup Teraz, Zapłać Później.

3.

Podsumowanie najważniejszych wydarzeń

3.1. Przejęcie Grupy Mall i WE|DO CZ

FINALIZACJA PRZEJĘCIA SPÓŁEK MALL GROUP A.S. I WE|DO CZ S.R.O.

W dniu 1 kwietnia 2022 r. na podstawie umowy SPA („Share Purchase Agreement”, „Umowa nabycia akcji”) z dnia 4 listopada 2021 r. Grupa nabyła 100% akcji w spółce Mall Group a.s. („Grupa Mall”), wiodącej platformy e-commerce w Europie Środkowej i Wschodniej, a także spółki WE|DO CZ s.r.o. specjalizującej się w dostarczaniu przesyłek w ramach „ostatniej mili” („WE|DO”, razem „Podmiot Przejmowany”) od sprzedających udziałowców, tj. spółki EC Investments a.s. (posiadającej 40% akcji w Mall Group a.s.), spółki BONAK a.s. (posiadającej 40% akcji w Mall Group a.s.), spółki Rockaway e-commerce a.s. (posiadającej 20% akcji w Mall Group a.s.) i spółki Titancoin International a.s. (posiadającej 100% udział w WE|DO CZ s.r.o.) (razem „Byli udziałowcy”). Oba Przejmowane Podmioty były ostatecznie kontrolowane przez te same jednostki na wyższym szczeblu.

Przejęcie („Przejęcie Grupy Mall”, „Transakcja”) było istotnym krokiem dla Allegro w realizacji strategii ekspansji międzynarodowej i pozwala na zwiększenie tempa rozwoju grupy w całej Europie. Zgodnie z oczekiwaniami Transakcja ta ma pozwolić obu grupom na przyspieszenie wzrostu i rozszerzenie bazy klientów i sprzedawców w całym regionie w ramach połączonej platformy, co powinno znacznie przyspieszyć wzrost poziomu GMV Podmiotu Przejmowanego poprzez rozszerzenie asortymentu i poprawę zaangażowania użytkowników w modelu 3P (third-party marketplace). Trwająca integracja

Allegro z Grupą Mall i WE|DO powinno wzmocnić łączną pozycję spółek jako wiodącej platformy e-commerce dla kupujących i sprzedających w Europie Środkowo-Wschodniej. Połączone grono sprzedawców z Polski i Europy Wschodniej skorzysta z możliwości wystawienia oferty na jednej platformie i sprzedawania w całym regionie, a jednocześnie sprzedający uzyskają szerszy dostęp do rynku detalicznego o wartości 1,14 bln PLN, liczącego 70 mln konsumentów. Połączenie powinno poprawić doświadczenie zakupowe klientów oraz zapewnić najatrakcyjniejsze ceny, a także najszerszy wybór ofert oraz maksymalną wygodę kupowania 18 milionom klientów w całym regionie.

Całkowita wartość przedsiębiorstwa wyniosła 996 mln EUR według uzgodnionej ceny akcji i 843 mln EUR według obowiązującej ceny rynkowej w dniu finalizacji transakcji. Transakcja została sfinansowana poprzez połączenie akcji i środków pieniężnych, co stanowi około 53,7% wkładu gotówkowego, finansowanego gotówką i nowym długiem oraz ok. 46,3% akcji, w następujący sposób:

- 459,5 mln EUR w gotówce za 53% akcji Grupy Mall
- 33,6 mln nowo wyemitowanych akcji Allegro o wartości 407,5 mln EUR po ustalonej wcześniej cenie subskrypcji równej 55,98 PLN za akcję dla pozostałych 47% Grupy Mall, w porównaniu do 35,10 PLN ceny akcji Allegro w dniu finalizacji o wartości 254,4 mln EUR

- 14 mln EUR w gotówce za 100% akcji WE|DO
- 115,3 mln EUR niespłaconego zadłużenia Grupy Mall zostało rozliczone z pożyczką od Allegro Treasury S.à r.l. (dawniej: Adinan Midco S.à r.l.).

Nowo wyemitowane akcje oznaczają rozwodnienie na poziomie 3,3%.

Po zakończeniu procesu przejęcia Grupy Mall i WE|DO, Grupa ustaliła wartość godziwą przejętych aktywów i zobowiązań. Transakcja była kluczowym krokiem w realizacji strategii międzynarodowej ekspansji Grupy, dlatego najważniejszymi aktywami, w odniesieniu do których ujęto znaczący wzrost wartości godziwej, były: relacje z klientami, oprogramowanie, znak towarowy i domeny. Wpływ tej Transakcji na całkowite dochody Grupy opisano w punkcie 2.2.2.3.

INTEGRACJA GRUPY MALL I PRZYGOTOWANIE DO URUCHOMIENIA PLATFORMY HANDLOWEJ W MODELU 3P

Od momentu sfinalizowania przejęcia na początku II kwartału 2022 r. Grupa realizuje proces integracji nowo nabytego przedsiębiorstwa z Allegro, przy czym w proces ten zaangażowanych jest wiele zespołów. Grupa koncentruje się na dwóch kluczowych obszarach generowania wartości dla nowej organizacji: (i) uruchomieniu platformy Allegro w modelu 3P w Czechach, co ma nastąpić w 2023 roku, oraz (ii) zmianie podejścia do działalności Mall w modelu 1P poprzez ustabilizowanie, a następnie zwiększenie GMV przy jednoczesnym skupieniu się na kosztach i efektywności. Uruchomienie platformy Allegro w modelu 3P w Czechach i na innych rynkach obsługiwanych przez Mall pozostaje jednym z priorytetów biznesowych połączonej Grupy Allegro. Grupa jest na dobrej drodze do uruchomienia platformy 3P w Czechach w 2023 roku, dzięki trwającym testom Friends & Family czeskiej platformy Allegro, obejmującym takie funkcje jak język, produktyzacja, międzynarodowe metody dostawy, lokalne rozwiązania płatnicze oraz dzięki prawie 100 milionom ofert allegro.pl gotowych na eksport.

UTRATA WARTOŚCI

W dniu 28 listopada 2022 r. zakończono test na utratę wartości aktywów Grupy Mall i WE|DO CZ. Rada zaakceptowała zmiany wprowadzone do pierwotnego planu inwestycyjnego dotyczącego przejęcia Grupy Mall / WE|DO oraz wynikającą z tego faktu korektę wyceny. Test na utratę wartości został przeprowadzony zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości i obejmował porównanie prognozy finansowej określającej szacunkową wartość godziwą pomniejszoną o koszty doprowadzenia do sprzedaży Grupy Mall i WE|DO, na dzień 30 września 2022 r. z wartością bilansową Grupy Mall i WE|DO, która wyniosła 4 072 mln PLN, w wyniku czego Grupa ujęła niepieniężny odpis z tytułu utraty wartości w wysokości 2 293 mln PLN. Odpis z tytułu utraty wartości został w całości przypisany do wartości firmy i zmniejszył zysk netto Grupy w trzecim kwartale 2022 r. Rada przyznała, że w listopadzie 2021 r. zgodziła się zapłacić pełną cenę dla uzyskania kontroli nad unikatowymi aktywami, mającymi ułatwić przekształcenie Allegro w firmę międzynarodową. Rada przyznała również, że z perspektywy czasu cena ta została ustalona na szczycie cyklu rynkowego, od czasu którego wiele publicznie notowanych firm z branży e-commerce straciło 50-70% swojej wartości rynkowej. Tymczasem z powodu inflacji i kryzysu związanego z kosztami życia wyniki finansowe Mall i WE|DO okazały się znacznie niższe niż pierwotnie zakładano. Wzrost inflacji i kosztów finansowania zewnętrznego spowodował znaczny wzrost kosztu kapitału własnego, co zmniejszyło wartość bieżącą długoterminowych przepływów pieniężnych, które zgodnie z prognozą mają być generowane dzięki wdrożeniom platformy handlowej Allegro. Na dzień 31 grudnia 2022 r. Grupa ustaliła, że nie istnieją żadne nowe czynniki zewnętrzne lub wewnętrzne, które mogłyby wskazywać na ewentualną dodatkową utratę wartości aktywów ujętych w wyniku przejęcia Grupy Mall i WE|DO. W związku z tym w odniesieniu do tych aktywów nie ujęto żadnych dodatkowych odpisów aktualizujących z tytułu utraty wartości.

Pomimo tych bardzo istotnych komplikacji, Spółka pozostaje w pełni zaangażowana w osiągnięcie strategicznie ważnego sukcesu, jakim będzie stworzenie przez Allegro znaczącej platformy typu 3P marketplace na rynkach Europy Środkowej. W ten sposób powstanie połączona, międzynarodowa organizacja w modelu 3P/1P z wypracowanym zestawem rozwiązań, które po udanym wprowadzeniu na każdy z kluczowych rynków Mall, będą mogły zostać wdrożone organicznie na innych rynkach w przyszłych latach, stanowiąc kluczowy czynnik przyszłego wzrostu.

3.2. Powołanie Roya Perticucciego na stanowisko Prezesa Grupy Allegro

Od września 2022 roku Roy Perticucci zastąpił Francois Nuytsa jako nowy Dyrektor Generalny i członek Zarządu Allegro. Rada Dyrektorów dokooptowała Pana Roya Perticucciego na stanowisko dyrektora Spółki i powołała go na stanowisko prezesa grupy Allegro, ze skutkiem od dnia 21 września 2022 r. Roy Perticucci zastąpił Françoisa Nuytsa, który złożył rezygnację ze stanowiska skuteczną z dniem 31 sierpnia 2022 r., na pozostały okres kadencji pana Nuytsa, tj. do dnia 1 września 2026 r. Zmiana nastąpiła zgodnie z planem, po ogłoszeniu przez Francois zamiaru ustąpienia z funkcji prezesa Allegro w lutym 2022 r.

Ujęte odpisy z tytułu utraty wartości nie wpłynęły na EBITDA Grupy ani na poziom generowanych przepływów pieniężnych. Było to zdarzenie księgowo, które nie wpłynęło na stabilność działalności Allegro ani na priorytety biznesowe – w tym na uruchomienie platformy Allegro 3P w Czechach i na innych rynkach Mall.

Pan Perticucci ma ponad 20-letnie doświadczenie w kierowaniu firmami zajmującymi się handlem detalicznym i internetowym na rynkach międzynarodowych, a także osiągnięcia w budowaniu organizacji. W latach 2013-2020 zarządzał Europejskimi operacjami oraz Logistyką w firmie Amazon, równocześnie przez pewien czas odpowiadając za te same obszary w Ameryce Północnej. Uprzednio pełnił wysokie funkcje w innych dużych przedsiębiorstwach sektora handlowego, włączając w to Ahold (Albert.nl), Dixon's oraz Tesco w Europie. Jako Development Director, a później Operations Director w Tesco.com nadzorował rozwój największej na świecie platformy zakupów z dostawą do domu w czasie jej gwałtownego wzrostu. Jego wkład obejmował również uruchomienie pierwszego w firmie „dark store”, Wine Warehouse, a także dostawcy usług internetowych Tesco.net. Swoją karierę zawodową rozpoczynał jako programista w Accenture w Mediolanie, a potem jako konsultant w Boston Consulting Group w Monachium.

3.3. Allegro Pay

W 2022 roku Grupa kontynuowała rozwój Allegro Pay, własnej oferty z obszaru fintech. Oferta Allegro Pay pozwala na odroczenie płatności o jeden miesiąc lub rozłożenie jej na dogodnie 3, 5, 10 lub 20 miesięcznych rat, zapewniając Aktywnym Kupującym większą elastyczność finansową oraz bezpieczniejsze i łatwiejsze zakupy w sieci. Szeroko zakrojone badania schematów zakupowych w odniesieniu do grup kontrolnych Aktywnych Kupujących Allegro doprowadziły Grupę do wniosku, że przeciętny użytkownik Allegro Pay zwiększa swoje zakupy o co najmniej 35% w stosunku do zachowań zakupowych obserwowanych przed rozpoczęciem korzystania z Allegro Pay. Ten silny efekt przyrostu zaangażowania napędza dodatkowe GMV, przychody z prowizji i marże dla Grupy oraz generuje wysoki zwrot z inwestycji w portfel pożyczkowy Allegro Pay. Autorskie rozwiązania pożyczkowe Allegro Pay znacznie poprawiają doświadczenia po stronie użytkowników z korzystania z pożyczek konsumenckich dostępnych dla kupujących na platformie e-commerce Grupy. Kupujący doceniają prostotę i wygodę oferty Allegro w zakresie fintech, o czym świadczy niezmiennie wysoki i wiodący w branży wskaźnik NPS.

Dynamiczne przyspieszenie wzrostu w Allegro Pay znalazło odzwierciedlenie w przekroczeniu prognozy na 2022 rok dotyczącej wartości udzielonych pożyczek. Z saldem pożyczek brutto na koniec roku w wysokości 388,8 mln PLN (po odliczeniu wierzytelności sprzedanych do AION w roku obrotowym 2022 w kwocie ponad 1,5 mld PLN) oraz łączną kwotą 5,5 mld PLN skumulowanych pożyczek udzielonych w całym 2022 r., Allegro Pay przekroczyło początkowe oczekiwania Grupy o 1,5 mld PLN. Dodatkowo w połowie 2022 roku Allegro Pay osiągnęło ważny kamień milowy – ponad 1 milion klientów.

Przez cały rok 2022 Allegro Pay kontynuowało udaną współpracę z Aion Bank SA/NV, swoim zewnętrznym partnerem finansowym i instytucją kredytową utworzoną jako spółka akcyjna zgodnie z prawem belgijskim, działającą poprzez swój polski oddział „Aion Bank S.A. Spółka Akcyjna Oddział w Polsce” („Aion”, „Aion Bank”). Pod koniec 2021 roku Allegro podpisało z Aion Bank Umowę Sprzedaży Wierzytelności („RPA”), która dotyczyła zakupu przez Aion Bank wierzytelności z tytułu pożyczek konsu-

menckich udzielonych przez Allegro Pay. Na mocy umowy pożyczki ratalne są sprzedawane Aion Bank i wyksięgowywane z bilansu Grupy, co pozwala na przyspieszenie wzrostu Allegro Pay i poprawę stóp zwrotu z inwestycji. W grudniu 2022 roku Allegro Pay rozszerzyło współpracę z Aion Bank, dzięki czemu Aion Bank otrzymuje ofertę zakupu nie tylko pożyczek ratalnych, ale także 30-dniowych pożyczek dla klientów „Kup Teraz Płać Później” („BNPL”). Dedykowane finansowanie zewnętrzne przeznaczone na dalsze szybkie udzielanie pożyczek oraz zwiększanie na przestrzeni wielu lat skali działalności Allegro Pay znacząco zmniejszy zaangażowanie kapitału obrotowego netto w pożyczki ratalne i BNPL. Współpraca z Aion nie wywiera żadnego wpływu na doświadczenia zakupowe użytkowników Allegro, ponieważ pożyczki będą nadal udzielane, obsługiwane i spłacane za pośrednictwem platformy Allegro. Wykorzystanie finansowania pozabilansowego znacząco zwiększa wskaźnik ROIC (Zwrot z zainwestowanego kapitału) z Allegro Pay i ma umożliwić szybszy rozwój oferty Grupy w zakresie fintech.

W dniu 22 grudnia Allegro Pay podpisało Term sheet z Aion Bank w celu uruchomienia usług w modelu Bank-as-a-Service („BaaS”). Model BaaS umożliwi Allegro Pay uruchomienie nowych produktów i usług finansowych, które są zarezerwowane dla podmiotów posiadających licencję bankową (tj. konta oszczędnościowe i płatnicze). W Term sheet strony ustaliły, że Allegro Pay będzie działać jako dostawca usług outsourcingowych Aion i świadczyć na rzecz Aion wszelkie usługi informatyczne wymagane lub niezbędne do onboardingu klientów i zarządzania kontami poprzez platformę handlową Allegro, w tym przez aplikację mobilną. Współpraca z Aion, jako dostawcą BaaS i posiadaczem licencji bankowej, ułatwi spełnienie wymogów regulacyjnych. Produkty BaaS będą oferowane pod marką Allegro Pay (white label). Procesy i całe interakcje z klientami zostaną osadzone na platformie Allegro.

Allegro Pay i Aion zamierzają zawrzeć Umowę ustalającą ogólne zasady przyszłej współpracy w zakresie nowych produktów w modelu BaaS do 28 kwietnia 2023 r. Oczekuje się, że współpraca w modelu BaaS zapewni w przyszłości szerokie możliwości rozwoju produktów, ze szczególnym uwzględnieniem produktów konsumenckich, takich jak potencjalne rozszerzenie działalności o rachunki oszczędnościowe i płatnicze, pożyczki osobiste czy wydawanie kart.

3.4. Finansowanie

W dniu 9 listopada 2022 r. Grupa dokonała refinansowania pomostowego kredytu terminowego w wysokości 1 000,0 mln PLN za pomocą nowego kredytu o tej samej kwocie kapitału. Termin spłaty nowego kredytu dodatkowego przypada na 14 października 2025 r. Nowy kredyt dodatkowy ma taką samą marżę jak nadrzędny kredyt terminowy (kwota kapitału 5 500,0 mln PLN) i będzie się zmieniać w zależności od poziomu wskaźnika dźwigni

finansowej Grupy. Pozostałe warunki, w tym warunki dotyczące poręczycieli i zabezpieczeń transakcji, są takie same jak w przypadku pozostałych kredytów i pożyczek Grupy określonych w głównej umowie kredytowej, bez żadnych dodatkowych kowenatów. Po refinansowaniu kredytu pomostowego na kwotę 1 mld PLN termin spłaty całego zadłużenia brutto Grupy przypada na październik 2025 r.

3.5. Wzrost i poprawa rentowności programu SMART!

Program lojalnościowy SMART! pozostawał głównym motorem wzrostu w całym roku obrotowym 2022, odnotowując stały, dynamiczny wzrost liczby uczestniczących w nim sprzedawców, dostępnych ofert, abonentów i użytkowników. Szybki wzrost liczby płatnych abonentów SMART! został dodatkowo wzmocniony przez kontynuację udanego i bardzo popularnego programu testowego „SMART! na Start” oraz przez rosnącą popularność programu Allegro Family. „SMART! na Start” to atrakcyjna oferta próbna dla mniej zaangażowanych kupujących, którzy mogą wypróbować program SMART! dzięki abonamentowemu pakietowi pięciu darmowych dostaw SMART! do wykorzystania w ciągu dwunastu miesięcy, a później w ciągu trzech miesięcy, przy czym długość okresu próbnego została zmieniona w marcu 2022 roku w celu zoptymalizowania szybkości konwersji na płatny abonament programu Smart! i rentowności. Znaczna część osób, które na próbę skorzystały z programu SMART!, wykupiła płatny abonament po wykorzystaniu pakietu 5 darmowych dostaw.

Rekordowa październikowa edycja SMART! Week w 2022 roku cieszyła się większym zainteresowaniem niż edycja z 2021 roku i przyciągnęła wielu nowych użytkowników Allegro SMART!, co jeszcze bardziej przyczyniło się do wzrostu bazy abonentów, doceniających wygodę i prostotę lejka zakupowego dla klientów SMART!

W całym 2022 roku Grupa poczyniła znaczne postępy w zarządzaniu rentownością programu SMART! Ponieważ program SMART! przyczynił się do silnego wzrostu GMV u sprzedawców Allegro, wynikającego z ogromnej popularności darmowych dostaw wśród kupujących na Allegro, ten potwierdzony wzrost sprzedaży dla sprzedawców w programie SMART! stworzył możliwości w zakresie monetyzacji. W 2022 roku Spółka wprowadziła stopniowe zmiany w strukturze współfinansowania dla sprzedawców, łagodząc wpływ obniżki stawki MOV dla przesyłek kurierskich wprowadzonej we wrześniu 2021 roku na rentowność. Od lutego 2022 roku podwyższono stawki współfinansowania, w tym dodano nowe opłaty za przesyłki kurierskie przy MOV poniżej 80 PLN. Po zmianach w strukturze współfinansowania wprowadzonych w sierpniu 2022 roku udział sprzedawców uczestniczących w programie Smart! w kosztach dostaw został jeszcze bardziej zwiększony.

Dalsza poprawa rentowności programu Smart! nastąpiła na początku listopada dzięki zmianom dokonanym w programie lojalnościowym. Od 21 listopada cena przedłużanych lub kupowanych rocznych abonentów Allegro Smart! wzrosła do 59,90 PLN z 49,00 PLN (brutto z VAT), a minimalna wartość zamówienia dla kwot zakupu od jednego sprzedawcy uprawniających do darmowej dostawy wzrosła do 45 PLN z 40 PLN dla automatów paczkowych i punktów PUDO oraz do 65 PLN z 40 PLN dla przesyłek kurierskich.

3.6. Dalszy rozwój sieci automatów paczkowych One by Allegro

Przez cały rok 2022 Grupa kontynuowała rozwój swojej marki logistycznej „One by Allegro”, która obejmuje zielone automaty paczkowe „One Box”, usługę „One Fulfillment” dla sprzedawców, punkty odbioru „One Punkt” oraz usługi kurierskie „One Kurier”, podkreślające innowacyjne podejście Grupy do realizacji szybkich i odpowiedzialnych dostaw.

One Fulfillment by Allegro to kompleksowa usługa dla sprzedających, obejmująca przechowywanie, pakowanie i dostawę produktów, a także obsługę klienta w zakresie związanym z realizacją zamówień. Od momentu komercyjnego uruchomienia usługi logistycznej w styczniu 2022 roku, usługa One Fulfillment jest już szeroko dostępna dla sprzedawców, w tym sprzedawców międzynarodowych, dla których oferta ta jest szczególnie atrakcyjna, ponieważ może znacznie skrócić czas dostawy, dzięki czemu ich oferty mogą zostać objęte programem Smart! Program lojalnościowy. Usługi Fulfillment są uzupełnieniem modelu dostaw Allegro opartego przede wszystkim na realizacji zamówień przez sprzedających, który pozostaje priorytetem dla Allegro.

W 2022 roku Grupa osiągnęła również ważne kamienie milowe w rozbudowie sieci ekologicznych automatów paczkowych One Box. Uruchomiona w listopadzie 2021 roku sieć zielonych automatów paczkowych do 31 grudnia 2022 roku obejmowała już ponad 2 500 najnowocześniejszych, ekologicznych i przyjaznych społecznie skrytek Allegro w całym kraju, przy stale rosnącej dostępności One Box w ofertach sprzedawców. Realizując ten projekt, platforma wychodzi naprzeciw potrzebom lokalnych społeczności, aktywistów społecznych oraz ekspertów, tworząc rozwiązania przyjazne środowisku i odpowiadające na potrzeby okolicznych mieszkańców, a także harmonijnie wpisujące się w przestrzeń miejską.

Wszystkie urządzenia zasilane są energią z gwarancją pochodzenia ze źródeł odnawialnych, ponad 90% z nich jest udekorowanych roślinami, a konstrukcje wspierające roślinność wykonane są z drewna nadającego się do recyklingu.

W ramach marki One by Allegro kupujący mogą również korzystać z sieci około 1 300 punktów odbioru One Punkt by Allegro. Sieć funkcjonująca pod marką Allegro ma na celu zapewnienie kupującym i sprzedającym szybszych i wygodniejszych opcji dostawy. One Punkt i One Box by Allegro, w połączeniu z wszystkimi partnerami PUDO i sieciami automatów paczkowych, z którymi współpracuje Allegro w całej Polsce, zapewniają prawie 60 tysięcy bardzo wygodnych opcji odbioru przesyłek – to największa sieć w Polsce. Dalsze skracanie czasu dostawy i zwiększanie wygody pozostają centralnym elementem strategii Allegro w zakresie doświadczeń związanych z dostawami.

Również w 2022 roku należąca do Allegro spółka X-press Couriers, realizująca usługi dostawy tego samego dnia, przejęta pod koniec 2021 roku, została przemianowana na One Kurier i była nadal rozwijana, jako uzupełnienie usług fulfillment i usług automatów paczkowych w zakresie szybszych dostaw, np. dostaw tego samego dnia i następnego dnia do One Box i One Punkt, które zostały uruchomione w 2022 roku. One Kurier daje Grupie możliwość realizacji dostaw tego samego dnia oraz świadczenia usług odbioru i dystrybucji.

4.

Raport na temat wynagrodzeń

Niniejsza część Raportu stanowi Raport na temat wynagrodzeń Allegro.eu w odniesieniu do roku obrotowego zakończonego w dniu 31 grudnia 2022 r., który został przygotowany przez Komitet Wynagrodzeń i Nominacji Spółki i przyjęty przez Radę Dyrektorów w dniu 28 marca 2023 r. zgodnie z luksemburską ustawą z dnia 24 maja 2011 r. o wykonywaniu niektórych praw akcjonariuszy na walnych zgromadzeniach spółek notowanych na giełdzie i wdrażającą dyrektywę 2007/36/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 lipca 2007 r. w sprawie wykonywania niektórych praw akcjonariuszy spółek notowanych na rynku regulowanym, z późniejszymi zmianami („Ustawa”), a w szczególności z art. 7 tej Ustawy.

Przyjęcie i zatwierdzenie Raportu Wynagrodzeń przygotowanego przez Komitet Wynagrodzeń i Nominacji Spółki stanowiło odrębny punkt porządku obrad Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Spółki, które odbyło się w dniach 17 czerwca 2021 r. i 22 czerwca 2022 r. Poniższa tabela przedstawia wyniki głosowania ZWZ nad raportem rocznym dotyczącym wynagrodzeń dyrektorów w latach obrotowych 2020 i 2021.

AGM	2021		2022	
	Liczba akcji, z których oddano ważne głosy	Odpowiadający udział w kapitale zakładowym	Liczba akcji, z których oddano ważne głosy	Odpowiadający udział w kapitale zakładowym
	755 269 149	73,80%	645 560 741	61,08%
	Liczba	% oddanych głosów	Liczba	% oddanych głosów
Głosy za	688 297 019	91,13%	675 384 842	95,77%
Głosy przeciw	66 972 130	8,87%	29 824 101	4,23%
Wstrzymujący się	—	0,00%	—	0,00%
Suma oddanych głosów	755 269 149		705 208 943	

Po ZWZ w 2021 roku spółka podjęła dialog z zespołami głosującymi na zasadzie pełnomocnictwa oraz mniejszościowymi inwestorami instytucjonalnymi, aby lepiej zrozumieć najważniejsze obawy inwestorów związane z kwestiami dotyczącymi wynagrodzenia Dyrektorów. W odpowiedzi na prośby akcjonariuszy i innych interesariuszy Spółka przeprowadziła szereg działań mających na celu poprawę poziomu jawności i przejrzystości, aby lepiej wyjaśnić związek między wynagrodzeniem a wynikami. W rezultacie Raport Grupy na temat wynagrodzeń za rok 2022 zawierał nowe, retrospektywne informacje na temat celów dotyczących wyników dla jednostek PSU oraz poziomu ich realizacji, a także dodatkowe wyjaśnienia dotyczące nieograniczania

premierii za wyniki dotyczące GMV oraz stosowania tych samych wskaźników KPI zarówno w przypadku Planu Krótkoterminowych Premii Zmiennych, jak i planu motywacyjnego Performance Stock Unit. Ponadto Spółka opublikowała odpowiedzi na pytania zadane przez akcjonariuszy przed Zwyczajnym Walnym Zgromadzeniem, które przedstawiały szerszy kontekst i tło kwestii związanych z wynagrodzeniem, dzięki czemu inwestorzy mogli dokonać wyważonej oceny tych kwestii przed głosowaniem w 2022 roku. Na ZWZ w 2022 roku spółka odnotowała znaczny spadek liczby głosów przeciwko Raportowi na temat wynagrodzeń – do 4,2% głosów (w porównaniu z 8,9% na ZWZ w 2021 roku), przy prawie 95,8% głosów oddanych za.

4.1. Przyjęcie Polityki wynagrodzeń

Polityka wynagrodzeń Spółki („Polityka wynagrodzeń”) została przyjęta przez Radę Dyrektorów w dniu 28 września 2020 r. na wniosek Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji oraz zatwierdzona przez walne zgromadzenie w dniu 29 września 2020 r. zgodnie z Ustawą. Element Polityki wynagrodzeń dotyczący Planu Motywacyjnego Allegro (Allegro Incentive Plan, AIP) został zatwierdzony przez akcjonariuszy spółki w dniu 20 września 2020 r., przyjęty przez radę Spółki w dniu 7 października 2020 r. i zmieniony w latach 2021 i 2022 (22 września 2021 r., 28 marca 2022 r. i 22 czerwca 2022 r. na posiedzeniach Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji) w celu doprecyzowania szczegółowych zasad i definicji planu AIP.

4.2. Cel i zakres Polityki wynagrodzeń

Celem Polityki Wynagrodzeń jest określenie zasad wynagradzania dyrektorów Spółki („Dyrektorzy”) i kluczowych członków Kierownictwa Wyższego Szczebla Grupy („Członkowie Kierownictwa Wyższego Szczebla”) w sposób wspierający realizację długoterminowej strategii biznesowej, długoterminowych interesów, trwałości i stabilności Grupy. Uwzględnia ona interesy akcjonariuszy Grupy oraz innych interesariuszy (w tym klientów, partnerów biznesowych, pracowników i społeczeństwa). Realizacji tego celu ma sprzyjać w szczególności wysokość, zasady i struktura wynagrodzeń Dyrektorów i Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla. Zasady wynagradzania uwzględniają aktualną sytuację finansową Grupy.

4.3. Wynagrodzenie Dyrektorów Wykonawczych i Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla

Celem Polityki wynagrodzeń jest pozyskiwanie, motywowanie oraz zatrzymywanie Dyrektorów i Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla, którzy posiadają najwyższy poziom kompetencji i doświadczenia. Wynagrodzenie Dyrektorów i Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla ustalane jest z uwzględnieniem rynkowych stawek wynagrodzeń osób pełniących funkcje członków zarządu, w tym w podmiotach o podobnym profilu i zakresie prowadzonej działalności, z uwzględnieniem potrzeb i możliwości Spółki i jej jednostek zależnych, indywidualnych kwalifikacji oraz poziomu doświadczenia poszczególnych Dyrektorów, a także zakresu ich kompetencji. Z uwagi na aspiracje związane z rozwijaniem działalności Grupy poza rynkiem polskim, podczas poszukiwania kandydatów odpowiadających temu profilowi, Grupa dokonuje porównania z kompetencjami kierownictwa wyższego szczebla funkcjonującego na bardziej rozwiniętych rynkach i nie wymaga szczególnego doświadczenia dotyczącego Polski lub Europy Środkowej (choć jest ono dodatkowym atutem).

Komitet Wynagrodzeń i Nominacji uwzględnia opinię niezależnego doradcy w zakresie wynagrodzeń Dyrektorów Wykonawczych i Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla. Podobnie jak w roku poprzednim, doradcą w 2022 roku została Grupa HKP. Rady i zalecenia doradców zewnętrznych zostały uwzględnione jako wytyczne i źródło benchmarków rynkowych dla Dyrektorów Wykonawczych i Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla, jednakże nie zastępują one dogłębnej analizy zagadnień przeprowadzonej przez każdego z członków Komitetu. Doradcy uczestniczyli jedynie w niektórych posiedzeniach Komitetu, w zależności od potrzeb zgłaszanych przez Komitet.

Wraz z przejściem Grupy Mall i WE|DO z dniem 1 kwietnia 2022 r., działalność Grupy została rozszerzona na pięć kolejnych krajów europejskich (Czechy, Słowacja, Słowenia, Węgry i Chorwacja). Grupa Allegro jest nadal notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

Grupa konkuruje z czołowymi graczami na rynku międzynarodowym w bardzo wymagającym sektorze technologii i e-commerce. Dlatego też, aby utrzymać obecną przewagę konkurencyjną Grupy i budować przyszły sukces biznesowy, Grupa musi być w stanie pozyskiwać i zatrudniać najbardziej utalentowanych pracowników w Polsce i za granicą (np. na rynku Unii Europejskiej). W celu konkurencyjności o najbardziej utalentowanych pracowników, Grupa oferuje konkurencyjne poziomy i struktury wynagrodzeń oparte na obiektywnych danych rynkowych.

Biorąc pod uwagę wspomniany wyżej kontekst, Grupa określiła widełki płacowe dla Dyrektorów i Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla na bazie dwóch grup porównawczych:

- W skład Grupy porównawczej nr 1 wchodzi 11 spółek z indeksu WIG 20, które zostały wybrane z następujących sektorów: usługi finansowe, oprogramowanie, telekomunikacja oraz handel detaliczny. Allegro wchodzi obecnie w skład indeksu WIG 20, z jedną z najwyższych wartości kapitalizacji rynkowej spośród wybranych spółek. Wybór tej grupy porównawczej uwzględnia kluczowy zakres i miejsce prowadzenia działalności przez Grupę i bierze pod uwagę lokalną praktykę rynkową w zakresie stanowisk Dyrektorów i Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla.
- Grupa porównawcza nr 2 obejmuje 16 europejskich szybko rozwijających się spółek giełdowych z sektorów e-commerce, technologii, platform i handlu detalicznego wybranych przez Komitet Wynagrodzeń i Nominacji. Dobór tej grupy porównawczej jest niezbędny do przedstawienia Allegro jako atrakcyjnego pracodawcy dla wysoko wykwalifikowanych osób z Polski i innych krajów Europy, jak również do zapewnienia punktu odniesienia zgodnie z międzynarodową strategią rozwoju Allegro.

4.3.1. WYNAGRODZENIE STAŁE

Podczas przeprowadzania analizy benchmarkowej z Grupami porównawczymi Komitet Wynagrodzeń i Nominacji wziął pod uwagę ogólne trendy w zakresie wynagrodzeń Dyrektorów i Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla, a także dynamikę i strukturę wynagrodzeń Dyrektorów i Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla pełniących określone obowiązki (np. Dyrektora Generalnego, Dyrektora Finansowego).

Pakiet wynagrodzeń wraz ze wszystkimi jego składnikami (stałymi i zmiennymi), które otrzymują Dyrektorzy Wykonawczy i Członkowie Kierownictwa Wyższego Szczebla, jest bezpośrednim wynikiem powyższej analizy. Dyrektorzy Wykonawczy i Członkowie Kierownictwa Wyższego Szczebla nie otrzymywali żadnych wynagrodzeń (stałych ani zmiennych) od innych podmiotów należących do Grupy, oprócz wskazanych w niniejszym Raporcie na temat wynagrodzeń.

Łączny pakiet wynagrodzeń Dyrektorów Wykonawczych i Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla obejmuje następujące elementy:

Dyrektorzy Wykonawczy i Członkowie Kierownictwa Wyższego Szczebla są uprawnieni do stałego wynagrodzenia zasadniczego za pracę określoną dla każdej osoby w akcie powołania i/lub umowie o pracę ze Spółką i/lub jej jednostkami zależnymi. W przypadku gdy Dyrektor lub Członek Kierownictwa Wyższego Szczebla pełni funkcje w więcej niż jednej jednostce wchodzącej w skład Grupy, może on/ona otrzymywać stałe wynagrodzenie zasadnicze od każdej z tych jednostek z tytułu pełnionych funkcji. Wynagrodzenie zasadnicze jest zróżnicowane w zależności od pełnionych funkcji w Radzie Dyrektorów, Radach Nadzorczych lub Zarządach jednostek zależnych Spółki, dodatkowych funkcji pełnionych w Grupie oraz zakresu posiadanych kompetencji. Wysokość wynagrodzenia zasadniczego podlega corocznemu przeglądowi ze skutkiem od 1 kwietnia i jest porównywana z benchmarkami rynkowymi, aby zapewnić Grupie stałą konkurencyjność.

Dyrektorom Wykonawczym i Członkom Kierownictwa Wyższego Szczebla przysługują dodatkowe świadczenia, w tym prawo do korzystania z wybranego pakietu opieki zdrowotnej oraz ubezpieczenia na życie i od niezdolności do pracy finansowanego przez pracodawcę (świadczenia dodatkowe). Spółka zapewnia Dyrektorom Wykonawczym i Członkom Kierownictwa Wyższego Szczebla ubezpieczenie od wszelkich szkód wynikających z roszczeń z tytułu odpowiedzialności członków organów spółki kapitałowej (ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej członków organów spółki). Spółka nie zapewnia żadnych programów emerytalnych poza tymi, które są wymagane przez lokalne prawo pracy. W przypadku ewentualnych odejść z pracy zastosowanie mają przepisy dotyczące odpraw wynikające z zapisów lokalnego Kodeksu Pracy (w tym dotyczące długości okresu wypowiedzenia) lub w poszczególnych przypadkach określone zapisy umowne – np. prawo do premii i/lub klauzule dotyczące „osoby odchodzącej ze stanowiska z przyczyn od niej niezależnych”, w przypadku długoterminowego wynagrodzenia zmiennego.

4.3.2. WYNAGRODZENIE ZMIENNE KRÓTKOTERMINOWE

Oprócz wynagrodzenia zasadniczego Dyrektorzy Wykonawczy i Członkowie Kierownictwa Wyższego Szczebla mogą otrzymywać uznaniową premię roczną. Ten element wynagrodzenia ma na celu:

- komunikowanie priorytetów na dany rok oraz wspieranie pożądaných zachowań;
- motywowanie pracowników oraz nagradzanie osiągniętych wyników w rocznej perspektywie operacyjnej.

Wysokość premii rocznej dla poszczególnych Dyrektorów lub Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla jest uzależniona od:

- wysokości wynagrodzenia zasadniczego w ujęciu rocznym, z uwzględnieniem zmian wynagrodzenia zasadniczego w trakcie roku obrotowego oraz z uwzględnieniem części roku, w którym osoba ta była zatrudniona,
- docelowej wysokości premii wyrażonej jako procent rocznego wynagrodzenia zasadniczego. W roku obrotowym 2022 wynosiła ona 75% dla wszystkich Dyrektorów Wykonawczych i Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla, z wyjątkiem Dyrektora Generalnego Grupy, dla którego wynosiła 100% rocznego wynagrodzenia zasadniczego,
- osiągniętych wyników w porównaniu z ustalonymi kryteriami dotyczącymi wyników firmy (wskaźnik CPI), które warunkują wysokość odpowiedniej Korporacyjnej Puli Premiowej wyrażonej jako procent premii docelowej wynoszącej 100% i naliczanej dla każdego uczestnika puli (szczegółowe zasady przedstawiono w tabeli „Korporacyjna Pula Premiowa” poniżej). W roku obrotowym 2022 krótkoterminowe wynagrodzenie zmienne wszystkich Dyrektorów Wykonawczych i Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla jest obliczane na podstawie uzgodnionych wskaźników wyników firmy Allegro (wcześniej Allegro.pl). Wskaźniki wyników firmy są ustalane jako cele jednoroczne, co pozwala na uwzględnienie krótkoterminowych wyników

organizacji i weryfikację realizacji krótkoterminowych wskaźników KPI w stosunku do uzgodnionego budżetu/celu na dany rok,

- indywidualnego modyfikatora opartego na wynikach indywidualnych zatwierdzonych przez Komitet Wynagrodzeń i Nominacji. Modyfikator może zwiększać lub zmniejszać wysokość premii w zakresie od +25% do -100%, z uwzględnieniem następujących kryteriów:
 - realizacji celów i zadań,
 - postawy i sposobu wykonywania pracy,
 - rozwoju umiejętności i dzielenia się wiedzą
- wszelkich innych celów, które mogą być każdorazowo wyznaczone przez Komitet.

Matematycznie rzecz biorąc, krótkoterminowe wynagrodzenie zmienne jest obliczane według poniższego wzoru:

$(\text{roczne wynagrodzenie zasadnicze}) \times (\text{Wskaźnik Wyników Spółki w \%}) \times (\text{premia przysługująca Dyrektorom Wykonawczym i Członkom Kierownictwa Wyższego Szczebla lub Dyrektorowi Generalnemu w \%}) \times (\text{modyfikator premii uzależniony od oceny w \%}) \times (\text{mnożnik odpowiadający części roku obrotowego, przez który dana osoba była zatrudniona})$

Dyrektorzy Wykonawczy i Członkowie Kierownictwa Wyższego Szczebla mogą otrzymać premię roczną z Korporacyjnej Puli Premiowej jednostki, w której pełnili swoją funkcję, obliczaną zgodnie z kryteriami przedstawionymi poniżej. W roku obrotowym 2022 wszyscy Dyrektorzy Wykonawczy i Członkowie Kierownictwa Wyższego Szczebla pełnią swoje funkcje w Allegro. Dla uniknięcia wątpliwości, oprócz wynagrodzenia z tytułu pełnienia funkcji dyrektora otrzymywanego od Allegro.eu Dyrektorzy Wykonawczy zatrudnieni zarówno w Allegro jak i Allegro.eu są uprawnieni do premii rocznej z puli Allegro za rok obrotowy 2022. Krótkoterminowe wynagrodzenie zmienne jest obliczane na podstawie warunków dotyczących wyników Allegro.

Korporacyjna Pula Premiowa

Kryteria dotyczące wyników	<p>Pula premiowa Spółki operacyjnej jest uzależniona od stopnia realizacji kryteriów dotyczących wyników rocznych. Cele roczne na dany rok są uzgadniane z Radą Dyrektorów i Komitetem.</p> <p>Podstawą do określenia puli premiowej spółki jest Wskaźnik Wyników Spółki (CPI). Na jego wysokość wpływa realizacja celów w zakresie dwóch kluczowych wskaźników efektywności (KPI):</p> <p>Allegro i Allegro Pay:</p> <ul style="list-style-type: none"> • GMV – waga 50%, gdzie wynik na poziomie 100% = roczny budżet • Skorygowana EBITDA – waga 50%, gdzie wynik na poziomie 100% = roczny budżet Ceneo.pl: • Przychody – waga 50%, gdzie wynik na poziomie 100% = roczny budżet • Skorygowana EBITDA – waga 50%, gdzie wynik na poziomie 100% = roczny budżet
Wypłata minimalna/maksymalna (górnym limit) jako procent wynagrodzenia zasadniczego	<p>Dla Allegro i Allegro Pay, Ceneo.pl:</p> <p>Min = 0%; 100% = roczny budżet</p> <p>Maks. = bez limitu dla GMV i górny limit na poziomie 150% dla EBITDA w 2022 r. Od 2023 roku Komitet Wynagrodzeń i Nominacji zdecydował o wprowadzeniu Maksymalnego Limitu również w odniesieniu do czynnika GMV (Limit na poziomie 200%).</p> <p>Cele w zakresie KPI mogą być zmieniane lub rozszerzane o inne wskaźniki. Na przykład, KPI takie jak NPS mogą zostać włączone do Planu w pewnym momencie w przyszłości. Jednakże obecnie Komitet Wynagrodzeń i Nominacji uważa NPS za głęboko zakorzeniony w sposobie myślenia organizacji jako kluczowy wskaźnik, który pomaga napędzać wzrost przychodów i który sam w sobie jest już wystarczająco uwzględniony poprzez włączenie wskaźnika GMV do Planu Krótkoterminowych Premii Zmiennych, a także do długoterminowego planu motywacyjnego "Performance Stock Unit" (PSU).</p>
Próg naliczenia premii	realizacja kryteriów wynikowych spółki na poziomie 87,5%, oddzielnie dla każdego KPI.
Zwiększanie puli premiowej	Linioowo (8% premii za 1% realizacji celu powyżej progu naliczenia premii, kontynuacja po przekroczeniu celu naliczenia premii aż do osiągnięcia obowiązującego limitu).
Obliczanie puli premii na podstawie Wskaźnika Wyników Spółki	<p>Wskaźniki EBITDA i GMV są analizowane oddzielnie z uwzględnieniem celów. Jeśli cel zostanie osiągnięty na poziomie co najmniej 87,5%, KPI jest traktowany jako osiągnięty i dla danego KPI obliczana jest jego realizacja. Każde przekroczenie progu o 1% skutkuje przyznaniem 8% z puli premii. Oba wskaźniki KPI mają wagę 50%, więc pula premii jest obliczana z uwzględnieniem przekroczenia lub nieosiągnięcia obu wskaźników.</p> <p>Przykład:</p> <p>GMV: cel 100; wykonanie 90; realizacja 90%; próg premii został osiągnięty – powyżej 87,5%.</p> <p>Obliczanie puli premii na podstawie wskaźnika GMV: $8\% \times (90\% - 87,5\%) \times 50\% = 10\%$</p> <p>EBITDA: cel 100; wykonanie 110; realizacja 110%; próg premii został osiągnięty – powyżej 87,5%.</p> <p>Obliczanie puli premii na podstawie wskaźnika EBITDA: $8\% \times (110\% - 87,5\%) \times 50\% = 90\%$</p> <p>Przyznana pula premii: $10\% + 90\% = 100\%$</p>
Częstotliwość wypłat	Corocznie po potwierdzeniu wyników rocznych

Cele dotyczące wyników oraz rzeczywiste wyniki dla celów obliczania premii krótkoterminowych za lata 2022 i 2021 zostały przedstawione w poniższych tabelach.

ROK OBROTOWY 2022

Allegro.pl	Waga	Cel (w mln PLN)	Wykonanie (w mln PLN)	Cel vs rzeczywista realizacja wyników	Podstawa do obliczenia puli premii	Wskaźnik Wyników Spółki
GMV	50%	51 580,0	48 957,4	94,9%	59,3%	29,7%
Skorygowana EBITDA	50%	2 265,0	2 199,8	97,1%	77,0%	38,5%
						68,14%
Ceneo.pl	Waga	Cel (w mln PLN)	Wykonanie (w mln PLN)	Cel vs rzeczywista realizacja wyników	Podstawa do obliczenia puli premii	Wskaźnik Wyników Spółki
Revenue	50%	359,3	299,6	83,4%	0,0%	0,00%
Skorygowana EBITDA	50%	118,5	113,9	96,1%	69,0%	34,49%
						34,49%

ROK OBROTOWY 2021

Allegro.pl	Waga	Cel (w mln PLN)	Wykonanie (w mln PLN)	Cel vs rzeczywista realizacja wyników	Podstawa do obliczenia puli premii	Wskaźnik Wyników Spółki
GMV	50%	42 000,0	42 471,1	101,1%	109,0%	54,49%
EBITDA wg MSSF	50%	1 847,7	1 903,1	103,0%	124,0%	62,01%
						116,50%
Ceneo.pl [1]	Waga	Cel (w mln PLN)	Wykonanie (w mln PLN)	Cel vs rzeczywista realizacja wyników	Podstawa do obliczenia puli premii	Wskaźnik Wyników Spółki
Przychody	50%	359,4	305,4	85,0%	0,0%	0,00%
EBITDA wg MSSF	50%	160,9	129,1	80,3%	0,0%	0,00%
						0,00%

[1] Komitet Wynagrodzeń i Nominacji podjął decyzję o przyznaniu Zespołowi Ceneo premii uznaniowej w wysokości 50%, biorąc pod uwagę fakt, że znaczna część słabych wyników była spowodowana czynnikami pozostającymi poza kontrolą Ceneo. Mianowicie, słabszy ruch e-commerce i wyższe od planowanych koszty pozyskania ruchu

eBilet	Waga	Cel (w mln PLN)	Wykonanie (w mln PLN)	Cel vs rzeczywista realizacja wyników	Podstawa do obliczenia puli premii	Wskaźnik Wyników Spółki
GMV	50%	167 741,9	130 577,1	77,84%	0,0%	0,00%
EBITDA wg MSSF	50%	332,8	1 108,6 [2]	333,06%	150,0%	75,00%
						75,00%

Na rok 2021 ustalono, że pula premii eBilet jest oparta o łączny wskaźnik CPI dla eBilet i Allegro:

- 60% CPI spółki eBilet (EBITDA / GMV)
- 40% CPI spółki Allegro (EBITDA / GMV)

eBilet	Waga	Wskaźnik Wyników Spółki
CPI eBilet	60%	75,0%
CPI Allegro	40%	116,5%
		91,60%

Zgodnie z propozycją Zarządu, zatwierdzoną przez Komitet Wynagrodzeń i Nominacji, wartość nominalna premii Allegro została obniżona o 2 mln PLN w celu zrekomensowania 50% premii uznaniowej przyznanej Ceneo.pl pomimo nieosiągnięcia celów w zakresie premii krótkoterminowej na rok 2021. Spowodowało to spadek wskaźnika CPI Allegro z 116,5% do 113,05%.

[2] EBITDA wg MSSF na poziomie 286,0 tys. PLN skorygowana o nieuwzględnione w budżecie opłaty Allegro dotyczące CX i usług IT w zakresie wsparcia CX wyniosła odpowiednio 719,1 tys. PLN i 103,5 tys. PLN

4.3.3. LONG-TERM VARIABLE REMUNERATION

Grupa wprowadziła Program Motywacyjny Allegro (Allegro Incentive Plan, AIP), który przewiduje świadczenia uznaniowe oferowane pracownikom (w tym Dyrektorom Wykonawczym i Członkom Kierownictwa Wyższego Szczebla). AIP to długoterminowy program motywacyjny oparty na akcjach Spółki zatwierdzony przez akcjonariuszy Spółki w dniu 20 września 2020 r. i przyjęty przez Radę Dyrektorów w dniu 7 października 2020 r. Celem programu AIP jest powiązanie interesów pracowników (w tym Dyrektorów Wykonawczych i Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla) z interesami Grupy oraz wspieranie rzeczywistej długoterminowej sytuacji finansowej i stabilności Grupy, a także tworzenie długoterminowej wartości dla akcjonariuszy. Komitet Wynagrodzeń i Nominacji jest odpowiedzialny za ustalanie szczegółowych zasad programu, zatwierdzanie propozycji nagród składanych przez Kie-

rownictwo oraz podejmowanie decyzji o wysokości premii dla Dyrektorów Wykonawczych i Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla.

Grupa posiada wewnętrzny regulamin obrotu akcjami dla pracowników, którzy mogą handlować akcjami Allegro podczas 4 tygodniowych okresów otwartych następujących po każdej publikacji wyników kwartalnych.

Pracownikom Grupy (w tym Dyrektorom Wykonawczym i Członkom Kierownictwa Wyższego Szczebla) może zostać zaoferowane wynagrodzenie zmienne w ramach AIP w formie Ekwiwalentów akcji za wyniki (Performance Share Units, „PSU”) i Ekwiwalentów akcji o ograniczonej zbywalności (Restricted Stock Units, „RSU”). Poniżej przedstawiono opis każdego typu jednostki:

Program motywacyjny Allegro Incentive Plan

Uprawnienia do uczestnictwa w Programie	Nagrody mogą być przyznawane wyłącznie Pracownikom (w tym Dyrektorom Wykonawczym i Członkom Kierownictwa Wyższego Szczebla) Grupy według uznania Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji
Cele	Cele te wynoszą do 200% dla wszystkich Dyrektorów Wykonawczych i Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla. W wyjątkowych okolicznościach cel może zostać zwiększony do 300% (zgodnie z pomiarem w dniu przyznania).
Formy nagród	Nagrody w programie AIP mogą być przyznawane w formie jednostek PSU lub RSU, które dają uczestnikom prawo do bezpłatnego otrzymania Akcji po upływie okresu nabywania uprawnień, a w przypadku jednostek PSU – pod warunkiem spełnienia określonych warunków dotyczących wyników. Regulamin AIP przewiduje również możliwość przyznawania przez Komitet Wynagrodzeń i Nominacji innych form nagród, takich jak opcje na akcje. Komitet Wynagrodzeń i Nominacji może również, według własnego uznania, przyznać dodatkową Nagrodę Specjalną PSU uprawnionym pracownikom Grupy (w tym Dyrektorom Wykonawczym i Członkom Kierownictwa Wyższego Szczebla), pod warunkiem, że Komitet stwierdzi, że istnieją istotne okoliczności, takie jak przejęcie nowego podmiotu przez Grupę. Przyznanie takiej nagrody musi być uzależnione od warunków dotyczących wyników. Jako osoby nowo zatrudnione, pracownicy (w tym Dyrektorzy Wykonawczy i Członkowie Kierownictwa Wyższego Szczebla) mogą również otrzymać Nagrodę Specjalną jako rekompensatę lub wyrównanie z tytułu rozwiązania umowy z poprzednim pracodawcą.
Ogólne limity Programu	W każdym okresie dziesięciu lat nie więcej niż 10% wyemitowanego kapitału zakładowego Emitenta może zostać wyemitowane lub przeniesione z puli akcji własnych na potrzeby nagród przyznanych w ramach AIP oraz innych uznaniowych programów akcji pracowniczych przyjętych przez Spółkę. Limit ten nie obejmuje inwestycji kierownictwa w Spółkę ani nagród, które zostały ustanowione lub przyznane przed dniem Dopuszczenia lub w dniu Dopuszczenia (w tym warunkowo po dniu Dopuszczenia) lub które wygasły.

Program motywacyjny Allegro Incentive Plan

Limity indywidualne	Maksymalna całkowita wartość rynkowa Akcji, które stanowią przedmiot nagrody przyznanej w roku obrotowym, nie może przekroczyć 200% rocznego wynagrodzenia zasadniczego danego pracownika lub, w wyjątkowych okolicznościach, 300% tego wynagrodzenia (według stanu na dzień przyznania). Powyższy limit nie ma zastosowania do Nagród Specjalnych: • Przyznawanych w związku z istotnymi okolicznościami, takimi jak przejęcie nowego podmiotu przez Grupę; taka Nagroda Specjalna nie może przekroczyć 100% rocznego wynagrodzenia zasadniczego Dyrektorów Wykonawczych i Kluczowych Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla oraz 150% rocznego wynagrodzenia zasadniczego pozostałych Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla • Przyznawanych osobie nowozatrudnionej, które zasadniczo odnoszą się do rekompensaty lub wyrównania z tytułu rozwiązania umowy z poprzednim pracodawcą.
Źródło akcji	Akcje przyznawane w ramach programu AIP mogą obejmować nowo wyemitowane Akcje, Akcje własne lub Akcje zakupione na rynku (w tym Akcje utrzymywane w funduszu powierniczym świadczeń pracowniczych).
Terminy przyznawania nagród	Pierwsze nagrody w ramach programu AIP zostały przyznane w kwietniu 2021 roku. W roku 2022 i kolejnych latach nagrody będą zwykle przyznawane w okresie sześciu tygodni po ogłoszeniu przez Emitenta wyników rocznych lub 1 października każdego roku kalendarzowego. Niemniej Komitet Wynagrodzeń i Nominacji może wedle własnego uznania przyznawać nagrody także w innych terminach. O ile Zgromadzenie Akcjonariuszy nie postanowi inaczej, po upływie dziesięciu lat od zatwierdzenia programu AIP przez Akcjonariuszy allegro.eu nie będzie możliwe przyznawanie żadnych nagród.
Warunki dotyczące wyników	Przyznawanie nagród w formie jednostek PSU podlega warunkom dotyczącym wyników, które są określane przez Komitet Wynagrodzeń i Nominacji w momencie przyznania. W zależności od stopnia spełnienia w całości warunków dotyczących wyników, możliwe jest nabycie uprawnień do nagród na poziomie od 0% (jeżeli warunki dotyczące wyników nie są spełnione) do 200% (jeżeli warunki są spełnione na maksymalnym poziomie). W przeciwieństwie do celów krótkoterminowych, warunki dotyczące wyników w odniesieniu do GMV i EBITDA, które wynikają z celów długoterminowych, są wyrażone jako złożona roczna stopa wzrostu (CAGR). Opisuje on dynamikę wzrostu danego wskaźnika, gdyby w każdym roku objętym programem wieloletnim rósł on w takim samym tempie. Cel długoterminowy jest weryfikowany na podstawie wyników osiągniętych na przestrzeni trzech lat. Każy warunek dotyczący wyników może zostać zmieniony lub zastąpiony jeśli wystąpi co najmniej jedno zdarzenie, w wyniku którego Komitet Wynagrodzeń i Nominacji uzna, że zmieniony lub zastępczy warunek dotyczący wyników byłby bardziej odpowiedni. Wszelkie takie zmienione lub zastąpione warunki dotyczące wyników nie będą, zgodnie z uzasadnioną opinią Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji, w istotny sposób trudniejsze lub łatwiejsze do spełnienia.
Nabywanie uprawnień i wydawanie nagród	Prawa do jednostek RSU będą nabywane, a akcje będą wydawane w zwykłym trybie w trzech transzach rocznych – po 25%, 25% i 50% odpowiednio w pierwszej, drugiej i trzecią rocznicę daty przyznania, pod warunkiem kontynuacji zatrudnienia. Uprawnienia do jednostek RSU przyznanych Dyrektorom Wykonawczym i Członkom Kierownictwa Wyższego Szczebla w formie premii za rozpoczęcie pracy mogą być nabywane w zwykłym trybie w trzech transzach rocznych lub w szczególnych przypadkach w dwóch transzach rocznych – 50% i 50%. Prawa do jednostek PSU będą nabywane, a akcje będą wydawane w zwykłym trybie w trzech transzach rocznych – po 25%, 25% i 50% odpowiednio w pierwszej, drugiej i trzecią rocznicę daty przyznania, pod warunkiem kontynuacji zatrudnienia i osiągnięcia wyników, wymaganych do uzyskania uprawnień do jednostek PSU. Komitet Wynagrodzeń i Nominacji może według własnego uznania przyznawać nagrody podlegające innemu okresowi nabywania uprawnień i harmonogramowi wydawania.

Program motywacyjny Allegro Incentive Plan

Zmniejszenie wysokości lub Zwrot wypłaty składnika wynagrodzenia

Komitet Wynagrodzeń i Nominacji może w każdej chwili zdecydować według własnego uznania, że w odniesieniu do pracownika (w tym Dyrektora Wykonawczego i Członka Kierownictwa Wyższego Szczebla), w związku z przyznaniem mu jednostek PSU lub RSU, nastąpi:

- korekta zmniejszająca (tzw. malus) przed nabyciem uprawnień do nagrody, i/lub
- wycofanie (tzw. Clawback) dowolnej kwoty po nabyciu uprawnień do nagrody, zgodnie z obowiązującą w spółce Polityką i procedurami dotyczącymi zmniejszania wysokości lub zwrotu wypłaty składnika wynagrodzenia, z każdorazowymi zmianami.

W przypadku rozwiązania stosunku pracy Uczestnika w ramach Grupy, Uczestnik zostanie zakwalifikowany jako:

- „Bad Leaver” – w przypadku rozwiązania stosunku pracy Uczestnika z powodu (i) rażącego naruszenia obowiązków pracowniczych lub (ii) rezygnacji, w przypadku gdy Uczestnik przejdzie do podmiotu konkurencyjnego (co każdorazowo stwierdza Komitet Wynagrodzeń i Nominacji) w ciągu dwunastu miesięcy od dnia, w którym przestanie być zatrudniony („Data rozwiązania stosunku pracy”); oraz
- „Good Leaver” – w przypadku rozwiązania stosunku pracy Uczestnika z innego powodu niż wskazane powyżej.

W przypadku nagród w formie jednostek PSU:

- jeżeli Uczestnik jest zakwalifikowany jako „Bad Leaver”, wszelkie zaległe nagrody wygasają (zarówno te, do których prawa zostały nabyte, jak i te, do których prawa nie zostały nabyte), a wszelkie Akcje otrzymane w ramach programu AIP w okresie dwunastu miesięcy przed Datą rozwiązania stosunku pracy (oraz, jeżeli ma to zastosowanie, w okresie pomiędzy Datą rozwiązania stosunku pracy a datą przejścia Uczestnika do podmiotu konkurencyjnego) muszą zostać spłacone Spółce (po odliczeniu podatku); oraz
- jeżeli Uczestnik jest zakwalifikowany jako „Good Leaver”:

- o z zastrzeżeniem poniższego punktu, część nagrody, do której prawa zostały nabyte, zostanie wydana w zaplanowanej dacie wydania, chyba że Komitet Wynagrodzeń i Nominacji postanowi, że nagroda zostanie wydana w Dacie rozwiązania stosunku pracy lub bezpośrednio przed tą datą. Liczba Akcji, które mogą zostać wydane, zostanie określona przez odniesienie do stopnia spełnienia warunków dotyczących wyników na dzień wydania, przy czym liczba ta będzie ograniczona do 100% Akcji, do których nabyto uprawnienia w Dacie rozwiązania stosunku pracy; oraz

Odejście z Grupy

- o w przypadku gdy dana osoba zostanie zwolniona przez Grupę (z wyjątkiem przypadków rażącego naruszenia obowiązków pracowniczych) w ciągu sześciu miesięcy od zmiany większości składu (A) Rady Dyrektorów lub (B) zarządu Allegro w dowolnym okresie dwunastu miesięcy, sposób postępowania jest taki sam jak opisany w punkcie powyżej, z zastrzeżeniem, że:

- część, do której nabyto uprawnienia, będzie obliczana przez odniesienie do liczby przepracowanych miesięcy od daty przyznania do Dacie rozwiązania stosunku pracy jako odsetka trzyletniego okresu nabywania uprawnień (w przeciwieństwie do rocznego harmonogramu nabywania uprawnień); oraz
- Akcje zostaną wydane w Dniu rozwiązania stosunku pracy lub zbliżonym terminie, chyba że w przypadku wydania Akcji w planowanym terminie nie powstałyby żadne dodatkowe zobowiązania podatkowe po stronie Uczestnika.

W przypadku nagród w formie jednostek RSU:

- jeżeli Uczestnik jest zakwalifikowany jako „Bad Leaver”, nie nastąpi nabycie uprawnień do dalszych nagród, a wszelkie Akcje otrzymane w ramach AIP w okresie dwunastu miesięcy przed Datą rozwiązania stosunku pracy muszą zostać spłacone na rzecz Emitenta (po odliczeniu podatku); oraz
- jeżeli Uczestnik jest zakwalifikowany jako „Good Leaver”, nie nastąpi nabycie uprawnień do dalszych nagród, chyba że Komitet Wynagrodzeń i Nominacji postanowi inaczej.

W przypadku zarówno jednostek PSU, jak i RSU, jeżeli Uczestnik, który w Dacie rozwiązania stosunku pracy został uznany za „Good Leaver”, naruszy w późniejszym terminie warunki ograniczające, wszelkie zaległe nagrody, jakie w danym momencie posiadał, wygasną, a Uczestnik będzie musiał spłacić Spółce (po odliczeniu podatku) wszelkie Akcje wydane mu w ramach programu AIP w okresie dwunastu miesięcy bezpośrednio poprzedzających naruszenie tych warunków.

Kierownictwo jest zaangażowane w rozwój Grupy Allegro zgodnie z wieloletnią perspektywą planowania. GMV i wartość bezwzględna EBITDA są kluczowymi wskaźnikami motywującymi Kierownictwo do utrzymania koncentracji na długoterminowym wzroście, co pozwala na ujednoczenie długoterminowych interesów Akcjonariuszy i Kierownictwa. W celu realizacji wieloletniego planu działania, Grupa wdraża roczne cykle budżetowania, które są powiązane z realizacją długoterminowego planu rozwoju. Krótkoterminowe cele roczne, które wynikają z celów długoterminowych, stanowią silną zachętę dla Kierownictwa do realizacji ambitnego, wieloletniego planu działania.

W przypadku krótkoterminowego programu motywacyjnego (premia pieniężna) cele dotyczące wskaźników wyników spółki w zakresie GMV i EBITDA spółki są oparte na wartościach pochodzących z budżetu na dany rok. Natomiast w przypadku Długoterminowego Programu Motywacyjnego (AIP-PSU) warunki dotyczące wyników GMV i EBITDA są oparte na celach długoterminowych i wyrażone jako złożona roczna stopa wzrostu (CAGR). Opisuje on dynamikę wzrostu danego wskaźnika, gdyby w każdym roku objętym programem wieloletnim rósł on w takim samym tempie. W ten sposób warunki dotyczące wyników dla jednostek PSU są oddzielone od celów krótkoterminowych i koncentrują się na zapewnieniu stałej, ciągłej i sukcesywnej poprawy w zakresie szeregu czynników operacyjnych, co pozwala na jeszcze silniejszą harmonizację interesów z naszymi Akcjonariuszami. Poza przyznaniem nagrody AIP-PSU wszystkie kryteria wyników są oceniane w odniesieniu do celów przewidzianych dla całego

cyklu. Oznacza to, że nie występują częściowe przyznania w oparciu o każdy zamknięty rok obrotowy w ramach planu 3-letniego.

Zgodnie z zasadami programu motywacyjnego PSU Komitet Wynagrodzeń i Nominacji ma możliwość wyboru innych warunków dotyczących wyników niż te określone dla nagród przyznawanych w 2021 i 2022 r., jeśli uzna, że inne środki mogą być bardziej odpowiednie w konkretnych okolicznościach mających wpływ na Grupę w danym momencie. W związku z tym, w przypadku poszczególnych nagród rocznych możliwe jest zastosowanie różnych miar wyników.

Nagrody w programie AIP są przyznawane w jednostkach, a dla celów oszacowania wartości danej nagrody, jednostki są wyceniane w odniesieniu do kursu akcji Grupy zgodnie z metodologią określoną w regulaminie programu AIP, który jest obliczany w następujący sposób:

- Jednostki są wyceniane w oparciu o średni kurs zamknięcia akcji (pochodzący z Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie, zaokrąglony w dół do dwóch miejsc po przecinku (PLN1/100)) w okresie 60 dni transakcyjnych kończącym się na dzień transakcyjny przed datą przyznania, z wyłączeniem okresu, w którym obrót akcjami jest zakazany zgodnie z kodeksem transakcji akcjami spółki lub innego takiego okresu.
- Komitet Wynagrodzeń i Nominacji może, według własnego uznania, uznać za konieczne zastosowanie innej metody obliczania w celu rzetelnego przedstawienia ceny transakcyjnej skorygowanej o wyjątkowe okoliczności.

4.3.4. PROGRAM MOTYWACYJNY ALLEGRO INCENTIVE PLAN – NAGRODY ZA 2022 R.

W 2022 członkom Executive Teamu została przyznana nagroda PSU w ramach programu Allegro Incentive Plan jako część pakietu nagród stanowiących motywację do realizacji celów długoterminowych. Program nagród w postaci jednostek PSU na lata 2022-2024 jest 3-letnim programem o docelowych wartościach 100% – 250%, a w przypadku byłego Dyrektora Generalnego – 300% w stosunku do rocznego wynagrodzenia zasadniczego, z jedną kalkulacją wypłaty i przekazaniem akcji w kwietniu 2025 roku. Komitet Wynagrodzeń i Nominacji zatwierdził warunki przyznawania jednostek PSU na lata 2022-2024 w dniu 25 kwietnia 2022 r.

Założenia przyjęte przy ustalaniu celów dla warunków dotyczących wyników dla jednostek PSU są następujące:

- przyznanie jednostek PSU na poziomie 200% (poziom maksymalny) – wartości docelowe planu 3-letniego;
- przyznanie jednostek PSU na poziomie 100% (poziom docelowy) – szacowany wzrost segmentu e-commerce (stopa CAGR);
- przyznanie jednostek PSU na poziomie 0% (poziom progowy) – minimalna progowa stopa CAGR.

Warunki dotyczące wyników oparte są na Wskaźniku Wyników Spółki dla Grupy, który obejmuje: Allegro, Allegro Finance, Allegro Pay, eBilet.pl, Opennet, Ceneo.pl, Allegro.eu, Grupę Mall i We|Do. Wskaźnik CPI będzie obliczany na podstawie 3-letniej perspektywy Skorygowanej EBITDA i GMV, które są definiowane w odniesieniu do wskaźnika CAGR za okres 3 lat w latach 2022-2024 i podlegają warunkom dźwigni, które mogą ograniczyć maksymalny poziom wypłat.

Warunki dotyczące wyników dla jednostek PSU na lata 2022-2024 są oparte na następujących czynnikach, przy następujących wagach:

- GMV – waga 50%,
- Skorygowana EBITDA – waga 50%,
- z zastrzeżeniem wskaźnika KPI dotyczącego dźwigni jako warunku dokonania wypłaty powyżej 100%.

Przyznane jednostki PSU będą wyceniane na podstawie wskaźnika CAGR za okres 3 lat w odniesieniu do uzgodnionych wskaźników KPI w ciągu 3 lat obrotowych objętych planem, co pozwoli określić poziom wyników pomiędzy 0% a 200%. W trzecią rocznicę realizacji planu (kwiecień 2025 r.) uczestnicy otrzymują akcje odpowiadające pierwotnej liczbie przyznaczonych jednostek pomnożonych przez wskaźnik procentowy realizacji wyników.

Uczestnicy, którzy odeszli z Grupy jako „Good Leavers” przed trzecią rocznicą planu, otrzymują akcje proporcjonalne do tej części nagrody, do której nabyli uprawnienia przed odejściem. Ponadto warunek dotyczący wyników podlega limitowi w wysokości 100%.

Allegro nie ujawnia przyszłych celów związanych z wynikami dla jednostek PSU, ponieważ są one uznawane za tajemnicę handlową. Jednakże, w przyszłości Grupa zamierza ujawniać wyniki w odniesieniu do tych celów retrospektywnie, po zakończeniu roku, w którym dane przyznane jednostki PSU zostały rozliczone. Oczekuje się, że pierwsze takie ujawnienie zostanie zawarte w Raporcie na temat wynagrodzeń za rok 2023 w odniesieniu do Nagród za rok 2021, które mają zostać wypłacone w kwietniu 2024 roku na podstawie wyników z lat 2021-2023.

4.3.5. PROGRAM MOTYWACYJNY ALLEGRO INCENTIVE PLAN – NAGRODA SPECJALNA ZA 2022 R.

Ponieważ przejęcie Grupy Mall i WE|DO nie zostało sfinalizowane 1 kwietnia 2022 r., krótkoterminowe plany motywacyjne i cele dla jednostek PSU wyemitowanych w ramach nagrody przyznanej w roku 2022 zostały ustalone dla Dyrektorów Wykonawczych i Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla w oparciu o zatwierdzone plany dla działalności Grupy w Polsce. Wynikało to z faktu, że grupa nie miała kontroli nad planowaniem i wynikami w przejętych spółkach przed datą przejęcia.

W celu skupienia uwagi kierownictwa na terminowej i skutecznej ekspansji międzynarodowej oraz wsparcia integracji funkcjonalnej Grupy Mall i WE|DO z Allegro opracowano i przyznano Nagrodę Specjalną AIP-PSU. Jest to dwuletni program związany z przejęciem Grupy Mall i WE|DO dla Dyrektorów Wykonawczych i Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla, z jednym terminem nabywania uprawnień w kwietniu 2024 roku. Warunki dotyczące wyników w ramach Nagrody Specjalnej AIP-PSU odnoszą się do wyników biznesowych Grupy Mall i WE|DO i są oparte na wskaźniku GMV w perspektywie 2 lat (100%).

Allegro nie ujawnia przyszłych celów związanych z wynikami dla jednostek PSU, ponieważ są one uznawane za tajemnicę handlową. Jednakże, w przyszłości Grupa zamierza ujawniać wyniki w odniesieniu do tych celów retrospektywnie, po zakończeniu roku, w którym dane przyznane jednostki PSU zostały rozliczone.

4.3.6. PROGRAM MOTYWACYJNY ALLEGRO INCENTIVE PLAN – NAGRODY ZA 2021 R.

W dniu 17 grudnia 2020 r. Komitet Wynagrodzeń i Nominacji uzgodnił warunki dotyczące wyników dla jednostek PSU, których przyznanie planowane było na kwiecień 2021 r.:

Założenia przyjęte przy ustalaniu celów dla warunków dotyczących wyników dla jednostek PSU są następujące:

- przyznanie jednostek PSU na poziomie 200% (poziom maksymalny) – wartości docelowe planu 3-letniego;
- przyznanie jednostek PSU na poziomie 100% (poziom docelowy) – szacowany wzrost segmentu e-commerce (stopa CAGR);
- przyznanie jednostek PSU na poziomie 0% (poziom progowy) – minimalna progowa stopa CAGR.

Warunki dotyczące wyników są oparte na Wskaźniku Wyników Spółki bazującym na wartości EBITDA i GMV w perspektywie 3 lat i zdefiniowanym w odniesieniu do wskaźnika CAGR za okres 3 lat w celu zapewnienia trwałego zwrotu dla akcjonariuszy i powtarzalności modelu w kolejnych latach.

Cele dotyczące wyników na lata 2021-2023 dla jednostek PSU:

- GMV – waga 50%, na podstawie danych Allegro i eBilet;
- EBITDA – waga 50%, na podstawie skonsolidowanych danych Grupy.

Allegro nie ujawnia przyszłych celów związanych z wynikami dla jednostek PSU, ponieważ są one uznawane za tajemnicę handlową. Jednakże, w przyszłości Grupa zamierza ujawniać wyniki w odniesieniu do tych celów retrospektywnie, po zakończeniu roku, w którym dane przyznane jednostki PSU zostały rozliczone.

4.3.7. STRESZCZENIE INFORMACJI NA TEMAT NAGRÓD PSU I RSU

Poszczególne nagrody w formie jednostek PSU i RSU przyznane i utracone oraz nagrody, do których pracownicy (w tym Dyrektorzy Wykonawczy i Członkowie Kierownictwa Wyższego Szczebla), nabyli uprawnienia w 2021 r. i 2022 r., wszystkie wycenione zgodnie z zalecaną metodyką wyceny na podstawie ostatnich notowań, zostały przedstawione w poniższych tabelach:

PROGRAM MOTYWACYJNY ALLEGRO INCENTIVE PLAN – DYREKTORZY WYKONAWCZY I KLUCZOWI CZŁONKOWIE KIEROWNICTWA WYŻSZEGO SZCZEBLA

Najważniejsze warunki planów nagród w postaci akcji						Informacje dotyczące roku obrotowego, którego dotyczy sprawozdanie					
						Stan na początek okresu	W trakcie roku			Stan na koniec roku	
Imię i nazwisko Dyrektora	Specyfikacja planu	Okres pomiaru wyników	Data przyznania	Daty nabywania uprawnień ⁽¹⁾	Cena jednostkowa w dniu przyznania	Liczba i wartość rynkowa jednostek przyznanych na początek roku	Liczba i wartość rynkowa ⁽²⁾ przyznanych jednostek	Liczba i wartość rynkowa ⁽⁴⁾ jednostek, do których nabyto uprawnienia (zakładane nabycie uprawnień w przypadku programu AIP-PSU)	Liczba jednostek utraconych	Liczba jednostek podlegających warunkom dotyczącym wyników	Liczba jednostek które zostały przyznane i do których uprawnienia nie zostały nabyte ⁽¹⁾ na koniec roku
Roy Perticucci	Nagroda Specjalna AIP-RSU ⁽²⁾	n/d	03.10.2022	11.04.2023 11.04.2024 11.04.2025	25,85 PLN za jednostkę	0	330 525 8 544,06 kPLN	0	0	0	330 525
Francois Nuyts	AIP-PSU	01.01.2021 — 31.12.2023	02.04.2021	02.04.2022 02.04.2023 02.04.2024	66,64 PLN za jednostkę	163 949	0	40 988 1 340,31 kPLN	122 961	0	0
	AIP-PSU	01.01.2021 — 31.12.2023	02.04.2021	02.04.2022 02.04.2023 02.04.2024	66,64 PLN za jednostkę	23 987	0	5 997 196,10 kPLN	0	23 987	17 990
Jon Eastick		01.01.2022 — 31.12.2024	26.04.2022	11.04.2023 11.04.2024 11.04.2025	32,28 PLN za jednostkę	0	94 889 3 063,00 kPLN	0	0	94 889	94 889
	Nagroda Specjalna AIP-RSU	01.01.2022 — 31.12.2023	06.07.2022	11.04.2024	24,12 PLN za jednostkę	0	49 752 1 200,00 kPLN	0	0	49 752	49 752

Najważniejsze warunki planów nagród w postaci akcji						Informacje dotyczące roku obrotowego, którego dotyczy sprawozdanie					
						Stan na początek okresu	W trakcie roku			Stan na koniec roku	
Imię i nazwisko Dyrektora	Specyfikacja planu	Okres pomiaru wyników	Data przyznania	Daty nabywania uprawnień ^[1]	Cena jednostkowa w dniu przyznania	Liczba i wartość rynkowa jednostek przyznanych na początek roku	Liczba i wartość rynkowa ^[3] przyznanych jednostek	Liczba i wartość rynkowa ^[4] jednostek, do których nabyto uprawnienia (zakładane nabycie uprawnień w przypadku programu AIP-PSU)	Liczba jednostek utraconych	Liczba jednostek podlegających warunkom dotyczącym wyników	Liczba jednostek które zostały przyznane i do których uprawnienia nie zostały nabyte ^[1] na koniec roku
Alvise Favara	AIP-PSU	01.01.2022 — 31.12.2024	06.07.2022	11.04.2023 11.04.2024 11.04.2025	32,28 PLN za jednostkę	0	143 614 4 635,86 kPLN	0	0	143 614	143 614
	AIP-PSU Special Award	01.01.2022 — 31.12.2023	06.07.2022	11.04.2024	24,12 PLN za jednostkę	0	50 109 1 208,63 kPLN	0	0	50 109	50 109
	Nagroda Specjalna AIP-RSU ^[2]	n/d	07.03.2022	02.04.2022 02.04.2023 02.04.2024	37,34 PLN za jednostkę	0	297 898 11 123,49 kPLN	116 569 3 811,81 kPLN	0	0	181 329
David Robers	AIP-PSU	01.01.2022 — 31.12.2024	06.07.2022	11.04.2023 11.04.2024 11.04.2025	32,28 PLN za jednostkę	0	144 046 4 649,78 kPLN	0	0	144 046	144 046
	Nagroda Specjalna AIP-RSU	01.01.2022 — 31.12.2023	06.07.2022	11.04.2024	24,12 PLN za jednostkę	0	50 109 1 208,63 kPLN	0	0	50 109	50 109
	Nagroda Specjalna AIP-RSU ^[2]	n/d	07.03.2022	02.04.2022 02.04.2023	37,34 PLN za jednostkę	0	129 521 4 836,30 kPLN	64 761 2 117,68 kPLN	0	0	64 760
						187 936	1 290 463 40 469,9 kPLN	228 315 7 465,9 kPLN	122 961	556 506	1 127 123

UWAGA

Powyższe informacje dotyczą wyłącznie Dyrektorów Wykonawczych i Kluczowych Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla będących członkami Rady oraz Osobami Pełniącymi Obowiązki Zarządcze.

[1] W przypadku nagród w postaci jednostek PSU, daty nabycia uprawnień wskazane w tabeli są datami zakładanego nabycia uprawnień, co oznacza, że Dyrektor Wykonawczy, Kluczowy Członek Kierownictwa Wyższego Szczebla lub Członek Kierownictwa Wyższego Szczebla staje się uprawniony do otrzymania akcji, które zostaną mu przekazane (lub osobie przez niego wyznaczonej) w przypadku, gdy odejdzie on z pracy jako Good Leaver, pod warunkiem spełnienia odpowiednich wskaźników dotyczących wyników.

[2] Nagrody Specjalne AIP-RSU przyznane trzem Dyrektorom Wykonawczym, którzy dołączyli do Grupy w 2022 roku, zostały przyznane jako rekompensata lub wyrównanie z tytułu rozwiązania umowy z poprzednim pracodawcą, zgodnie z zasadami dotyczącymi form nagród..

[3] Wartość brutto akcji przyznanych w 2022 roku jest obliczana na podstawie średniej ceny akcji z 60 dni przed datą przyznania.

[4] Wartość brutto akcji, do których nabyto uprawnienia w 2022 roku, jest obliczana na podstawie ceny spot akcji w dniu nabycia uprawnień.

PROGRAM MOTYWACYJNY ALLEGRO INCENTIVE PLAN – KOSZTY PONIESIONE W 2022 ROKU OBLICZONE ZGODNIE Z MSSF 2

Imię i nazwisko Dyrektora	Specyfikacja planu	Najważniejsze warunki planów nagród w postaci akcji					Informacje dotyczące roku obrotowego, którego dotyczy sprawozdanie	
		Okres pomiaru wyników	Data przyznania	Data rozpoznania ^[1]	Daty nabywania uprawnień ^[2]	Cena jednostkowa spot w dniu przyznania	Koszty poniesione w 2022 roku obliczone zgodnie z MSSF 2 (w tys. PLN)	
Roy Perticucci	Nagroda Specjalna AIP-RSU ^[3]	n/d	03.10.2022	30.09.2022	11.04.2023 11.04.2024 11.04.2025	21,55 PLN za jednostkę	1 715,06	
Francois Nuyts	AIP-PSU	01.01.2021 — 31.12.2023	02.04.2021	01.04.2021	02.04.2022 02.04.2023 02.04.2024	56,06 PLN za jednostkę	-2 292,92	
Jon Eastick	AIP-PSU	01.01.2021 — 31.12.2023	02.04.2021	01.04.2021	02.04.2022 02.04.2023 02.04.2024	56,06 PLN za jednostkę	375,25	
		01.01.2022 — 31.12.2024	26.04.2022	11.04.2022	11.04.2023 11.04.2024 11.04.2025	28,36 PLN za jednostkę	1 748,13	
	Nagroda Specjalna AIP-RSU	01.01.2022 — 31.12.2023	06.07.2022	05.07.2022	11.04.2024	22,82 PLN za jednostkę	0,00 ^[5]	
Suma cząstkowa							2 123,38	
Alvise Favara	AIP-PSU	01.01.2022 — 31.12.2024	06.07.2022	11.04.2022	11.04.2023 11.04.2024 11.04.2025	28,36 PLN za jednostkę	2 645,79	
	Nagroda Specjalna AIP-RSU	01.01.2022 — 31.12.2023	06.07.2022	05.07.2022	11.04.2024	22,82 PLN za jednostkę	0,00 ^[5]	
	Nagroda Specjalna AIP-RSU ^[3]	n/d	07.03.2022	04.03.2022	02.04.2022 02.04.2023 02.04.2024	26,31 PLN za jednostkę	4 623,70	
Suma cząstkowa							7 269,49	
David Robers	AIP-PSU	01.01.2022 — 31.12.2024	06.07.2022	11.04.2022	11.04.2023 11.04.2024 11.04.2025	28,36 PLN za jednostkę	2 653,75	
	Nagroda Specjalna AIP-RSU	01.01.2022 — 31.12.2023	06.07.2022	05.07.2022	11.04.2024	22,82 PLN za jednostkę	0,00 ^[5]	
	Nagroda Specjalna AIP-RSU ^[3]	n/d	07.03.2022	04.03.2022	02.04.2022 02.04.2023	26,31 PLN za jednostkę	2 010,30	

Najważniejsze warunki planów nagród w postaci akcji							Informacje dotyczące roku obrotowego, którego dotyczy sprawozdanie
Imię i nazwisko Dyrektora	Specyfikacja planu	Okres pomiaru wyników	Data przyznania	Data rozpoznania ^[1]	Daty nabywania uprawnień ^[2]	Cena jednostkowa spot w dniu przyznania	Koszty poniesione w 2022 roku obliczone zgodnie z MSSF 2 (w tys. PLN)
Subtotal							4 664,05
Wojciech Bogdan ^[4]	AIP-PSU	01.01.2021 — 31.12.2023	02.04.2021	01.04.2021	04.04.2022 04.04.2023 04.04.2024	56,06 PLN za jednostkę	170,35
Marcin Łachajczyk ^[4]	AIP-PSU	01.01.2021 — 31.12.2023	02.04.2021	01.04.2021	04.04.2022 04.04.2023 04.04.2024	56,06 PLN za jednostkę	103,00
Razem							13 752,41

[1] Data rozpoznania to dzień, w którym jednostka i pracownik zgadzają się na uzgodnienia dotyczące płatności w formie akcji, czyli dzień, w którym jednostka i kontrahent osiągają porozumienie co do warunków uzgodnień.

[2] W przypadku nagród w postaci jednostek PSU, daty nabycia uprawnień wskazane w tabeli są datami zakładanego nabycia uprawnień, co oznacza, że Dyrektor Wykonawczy, Kluczowy Członek Kierownictwa Wyższego Szczebla lub Członek Kierownictwa Wyższego Szczebla staje się uprawniony do otrzymania akcji, które zostaną mu przekazane (lub osobie przez niego wyznaczonej) w przypadku, gdy odejdzie on z pracy jako Good Leaver, pod warunkiem spełnienia odpowiednich wskaźników dotyczących wyników.

[3] Nagrody Specjalne AIP-RSU przyznane trzem Dyrektorom Wykonawczym, którzy dołączyli do Grupy w 2022 roku, zostały przyznane jako rekompensata lub wyrównanie z tytułu rozwiązania umowy z poprzednim pracodawcą, zgodnie z zasadami dotyczącymi form nagród.

[4] Po przejściu Grupy Mall z dniem 1 kwietnia 2022 r. Grupa zmieniła skład listy Osób pełniących obowiązki zarządcze (PDMR), wykreślając z niej Członków Zarządu Ceneo. W związku z tym od 1 kwietnia 2022 roku Marcin Łachajczyk i Wojciech Bogdan nie są już uważani za Kluczowych Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla powiększonej Grupy. Tabela obejmuje wyłącznie ich wynagrodzenie za I kwartał 2022 r.

[5] Koszt w wysokości 0,00 PLN zgodnie z MSSF2 poniesiony w 2022 roku z tytułu Nagrody Specjalnej AIP-PSU wynika z faktu, że wartość progowa Warunków dotyczących wyników nie została osiągnięta.



4.3.8. PLAN INWESTYCYJNY DLA KIEROWNICTWA (ROZLICZONY I ZAKOŃCZONY PO PIERWSZEJ OFERCIE PUBLICZNEJ GRUPY W 2020 ROKU)

Dyrektorzy Wykonawczy, Przewodniczący Rady Dyrektorów oraz Kluczowi Członkowie Kierownictwa Wyższego Szczebla uczestniczyli w Programie inwestycyjnym dla kierownictwa (Management Investment Plan, „MIP”), który przestał funkcjonować z dniem przeprowadzenia pierwszej oferty publicznej Grupy.

Kierownictwo uczestniczyło w programie MIP pośrednio poprzez różne klasy akcji spółki Adiman SCSp oraz bezpośrednio poprzez akcje typu C i D wyemitowane przez Allegro.eu. Członkowie kierownictwa płacili wartość godziwą wyemitowanych akcji w dniu przyznania, a wszelkie różnice w stosunku do wartości nominalnej były wpłacane na kapitał z emisji akcji powyżej ich wartości nominalnej.

W momencie przeprowadzenia pierwszej oferty publicznej w październiku 2020 roku, akcje kierownictwa wynikające z inwestycji dokonanych w ramach programu MIP zostały zamienione na akcje zwykłe Allegro.eu na podstawie kapitalizacji rynkowej Grupy wynikającej z ceny giełdowej wynoszącej 43 PLN za jedną akcję oraz z uwzględnieniem warunków programu MIP. Powstałe udziały wynikające z inwestycji kierownictwa stanowią zwrot z ich indywidualnych inwestycji dokonanych według wartości godziwej, nie są klasyfikowane jako wynagrodzenie za pracę świadczoną przez Grupę i nie są uwzględnione w niniejszym Raporcie na temat wynagrodzeń.

Ten ogólny wniosek został zmieniony w odniesieniu do dwóch elementów warunków programu MIP, które stanowiły dla kierownictwa źródło wartości w formie kwalifikującej się do traktowania jako wynagrodzenie w formie akcji rozliczane w instrumentach kapitałowych zgodnie z MSSF 2 „Płatności w formie akcji”. Są to następujące dwa elementy:

- i) w sytuacji, w której niektórzy członkowie kierownictwa otrzymali pożyczki bez regresu na zakup części swoich akcji, uznaje się, że pożyczki bez regresu wraz z wyemitowanymi akcjami stanowią opcję w rozumieniu MSSF 2. Daje ona osobie otrzymującej pożyczkę możliwość, w momencie wyjścia z inwestycji, do niespłacania pożyczki w zamian za zrzeczenie się praw do akcji.
- ii) większość członków kierownictwa była również uprawniona do udziału w „mechanizmie zapadkowym”, zgodnie z którym, jeżeli w momencie wyjścia z inwestycji ostateczna kwota zwrotu dla akcjonariuszy była co najmniej trzykrotnie wyższa od kwoty ich początkowej inwestycji, wówczas akcje typu B należące do członków kierownictwa uprawniały do udziału w dodatkowej kwocie w wysokości 1% wpływów od akcjonariuszy.

Przy zastosowaniu postanowień MSSF 2 do tych dwóch elementów, świadczenia zostały wycenione w wartości godziwej na dzień przyznania i amortyzowane przez przewidywany okres nabywania uprawnień. Oczekiwanym terminem nabycia uprawnień na dany dzień przyznania opcji był czerwiec lub grudzień 2021 r. i stanowił on zakładany termin zapadalności opcji na dzień przyznania. Mechanizm zapadkowy, który został przyznany zarówno Kluczowym, jak i innym wybranym Członkom Kierownictwa Wyższego Szczebla, został również wyceniony zgodnie z MSSF 2 w momencie wprowadzenia programu MIP. Koszty, które zostały ujęte przez Grupę w związku z tymi dwoma warunkami programu MIP były kosztami o charakterze niepieniężnym.

W przypadku gdy powyższe koszty niepieniężne, których ujęcie jest wymagane zgodnie z MSSF 2, można przypisać Członkom Rady Dyrektorów i Kluczowym Członkom Kierownictwa Wyższego Szczebla Grupy, odpowiednie kwoty zostały przedstawione poniżej. Uznaje się je za elementy zwrotów, jakie członkowie kierownictwa uzyskali z inwestycji w ramach programu MIP, które można zaklasyfikować jako wynagrodzenie za wykonaną pracę, w przeciwieństwie do zwrotów z inwestycji dokonanych według wartości godziwej. Dane te są prezentowane oddzielnie jako płatności niepieniężne i są wyłączone z wynagrodzeń przedstawionych w dalszej części niniejszego Raportu na temat wynagrodzeń.

Dyrektorzy i Kluczowi Członkowie Kierownictwa Wyższego Szczebla nie otrzymali w 2021 i 2022 r. żadnych niepieniężnych wynagrodzeń w formie akcji rozliczanych w instrumentach kapitałowych wynikających z programu MIP.

NIEPIENIĘŻNE WYNAGRODZENIA W FORMIE AKCJI ROZLICZANE W INSTRUMENTACH KAPITAŁOWYCH UJĘTE ZGODNIE Z MSSF 2 Z TYTUŁU INWESTYCJI WYCENIANYCH W WARTOŚCI GODZIWEJ DOKONANYCH W RAMACH PROGRAMU MIP (W TYS. PLN)

Imię i nazwisko Dyrektora	Spółka	Stanowisko	2022	2021	2020
Darren Huston	Allegro	Przewodniczący Rady Dyrektorów, Dyrektor Niewykonawczy	0,0	0,0	3 772,1
Francois Nuyts	Allegro	Dyrektor Wykonawczy	0,0	0,0	3 044,6
Jon Eastick	Allegro	Dyrektor Wykonawczy	0,0	0,0	130,9
Piotr Szybiak	Allegro	Kluczowy Członek Kierownictwa Wyższego Szczebla, MBM	N/D	0,0	109,7
Damian Zapłata	Allegro	Kluczowy Członek Kierownictwa Wyższego Szczebla, MBM	N/D	0,0	109,7
Wojciech Bogdan	Ceneo.pl	Kluczowy Członek Kierownictwa Wyższego Szczebla, MBM	0,0	0,0	1 737,5
Marcin Łachajczyk	Ceneo.pl	Kluczowy Członek Kierownictwa Wyższego Szczebla, MBM	0,0	0,0	38,7

4.3.9. ZESTAWIENIE WYNAGRODZEŃ DYREKTORÓW WYKONAWCZYCH I KLUCZOWYCH CZŁONKÓW KIEROWNICTWA WYŻSZEGO SZCZEBLA ZA ROK 2022 (W TYS. PLN)

Imię i nazwisko Dyrektora	Spółka	Stanowisko (data powołania – rezygnacji z członkostwa w Radzie Dyrektorów)	Wynagrodzenie stałe			Wynagrodzenie zmienne		Pozycja nadzwyczajna ^[4]		Koszty świadczeń emerytalnych	Wynagrodzenie ogółem	Udział wynagrodzenia stałego i zmiennego	
			Wynagrodzenie zasadnicze	Opłaty	Pozostałe świadczenia	Zmienne naliczone za jeden rok ^[1]	Zmienne za wiele lat ^[2]	W środkach pieniężnych	W formie akcji			Stale	Zmienne
Roy Perticucci	Allegro.eu	Dyrektor Wykonawczy (21.09.2022 —)	—	58,6	—	—	—	—	—	—	58,6	100%	0%
	Allegro	CEO Grupy MBM (01.09.2022 —)	1 184,45	—	171,63	805,4	—	195,8	—	—	2 357,33	66%	42%
Francois Nuyts	Allegro.eu	Dyrektor Wykonawczy (01.09.2020 — 31.08.2022) rozwiązanie stosunku pracy — 31.12.2022	—	175,79	—	—	—	—	—	—	175,79	100%	0%
	Allegro	CEO Grupy MBM (01.08.2018 — 31.08.2022) rozwiązanie stosunku pracy — 31.12.2022	3 695,53	—	54,88	3 141,2	1 340,3	61,8	—	—	8 293,72	46%	54%
Jonathan Eastick	Allegro.eu	Dyrektor Wykonawczy (01.09.2020 —)	—	234,38	—	—	—	—	—	—	234,38	100%	0%
	Allegro	CFO Grupy MBM (01.02.2018 —)	1 185,30	—	52,89	597,7	196,1	—	—	—	2 032,01	61%	39%
Alvise Favara	Allegro	CCO MBM (01.03.2022 —)	2 114,64	—	242,30	1 078,5	—	—	3 811,8	—	7 247,22	85%	15%
David Robers	Allegro	CTPO MBM (01.03.2022 —)	2 723,06	—	161,20	1 388,8	—	1 832,8	2 117,7	—	8 223,54	57%	17%
Wojciech Bogdan ^[3]	Ceneo.pl	CDO MBM (01.05.2020 —)	271,50	—	5,10	130,1	—	—	—	—	406,65	68%	32%
Marcin Łachajczyk ^[3]	Ceneo.pl	CTPO Członek Zarządu (01.01.2013 —)	180,0	—	18,7	189,0	—	—	—	—	387,70	51%	49%

UWAGA

1. Powyższe informacje uwzględniają fakt, że 1 września 2022 r. Roy Perticucci zastąpił Francois Nuytsa na stanowisku Dyrektora Generalnego Grupy Allegro, a 21 września 2022 r. na stanowisku Dyrektora Wykonawczego Allegro.eu. Umowa o rozwiązaniu umowy o pracę zawarta z Francoisem Nuytsem w dniu 31 sierpnia 2022 roku przewidywała, że pozostanie on zatrudniony w Grupie do 31 grudnia 2022 roku, choć zrezygnuje z pełnienia swoich funkcji, i otrzyma premię za pełne dwanaście miesięcy 2022 roku zgodnie ze standardową indywidualną oceną wyników. W zamian za to Francois Nuyts zgodził się pomóc w efektywnym wprowadzeniu nowego dyrektora na stanowisko CEO i przekazaniu obowiązków. Francois Nuyts pozostawał zwolniony z obowiązku świadczenia pracy w czwartym kwartale 2022 roku, a w 2023 roku zostanie objęty umową o zakazie konkurencji. Opłaty i wynagrodzenia zawarte w poniższej tabeli uwzględniają porozumienie

o rozwiązaniu umowy zgodnie z polskim prawem pracy, umową o pracę z Francoisem Nuytsem oraz Regulaminem programu AIP, o którym mowa w punktach powyżej. Nie zostały wypłacone żadne dodatkowe odprawy. Wynagrodzenie przyznane w tym samym czasie Royowi Perticucci uwzględnia jego umowę o pracę i pakiet wynagrodzeń, w tym jednorazowy dodatek w gotówce i akcjach (nagroda AIP-RSU) przyznany przy podpisaniu umowy, rekompensujący utratę przychodów wynikającą z jego odejścia z poprzedniego stanowiska.

2. Ponadto w pierwszym kwartale 2022 roku przyznano dwa jednorazowe nadzwyczajne nagrody AIP-RSU za podpisanie umowy dla Alvise'a Favary (Dyrektora Handlowego) i Davida Robertsa (Dyrektora ds. Technologii i Produktów) jako rekompensatę za utratę wynagrodzenia wynikającą z ich odejścia z poprzednich stanowisk.

[1] Wynagrodzenie zmienne krótkoterminowe: uznaniowa premia roczna. Kwoty premii oparte są na wartościach naliczonych, ponieważ ostateczne kwoty nagród zgodnie z zasadami krótkoterminowego wynagrodzenia zmiennego za rok 2022 nie zostały jeszcze ustalone i wypłacone w marcu 2023 r.

[2] Wynagrodzenie zmienne długoterminowe Program motywacyjny Allegro Incentive Plan – Performance Share Units – Kwoty nagród w ramach programu AIP przedstawione powyżej stanowią wartość brutto transz, do których uprawnienia nabyto w 2022 r., obliczoną na podstawie ceny spot akcji w dniu nabycia uprawnień. Akcje te nie zostały jeszcze wydane uczestnikowi, ponieważ zostaną one wydane w 2024 roku po upływie trzech lat objętych Nagrodą. Ostateczna wartość wypłaty w 2024 roku będzie zależała od wyników osiągniętych na przestrzeni 3 lat z uwzględnieniem warunków realizacji Nagrody. Jednostki, do których nabyto uprawnienia, zostaną wypłacone w 2024 roku, nawet jeśli w międzyczasie Dyrektor Wykonawczy lub Członek Kierownictwa Wyższego Szczebla odejdzie z organizacji, o ile zostanie zakwalifikowany jako „Good Leaver” zgodnie z polityką AIP. Koszty poniesione w 2022 roku zgodnie ze standardem MSSF 2 przedstawiono w tabeli w punkcie 3.3.4. Streszczenie informacji na temat nagród PSU i RSU.

[3] Po przejęciu Grupy Mall z dniem 1 kwietnia 2022 r. Grupa zmieniła skład listy Osób pełniących obowiązki zarządcze (PDMR), wykreślając z niej Członków Zarządu Ceneo. W związku z tym od 1 kwietnia 2022 roku Marcin Łachajczyk i Wojciech Bogdan nie są już uważani za Kluczowych Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla powiększonej Grupy. Tabela obejmuje wyłącznie ich wynagrodzenie za I kwartał 2022 r.

[4] Pozycje nadzwyczajne mogą obejmować świadczenie w postaci środków pieniężnych lub akcji stanowiące rekompensatę lub wyrównanie z tytułu rozwiązania umowy z poprzednim pracodawcą. Wszelkie wynagrodzenia nadzwyczajne w formie akcji są wyceniane na podstawie ceny spot akcji w dniu ich otrzymania

4.3.10.
ZESTAWIENIE WYNAGRODZEŃ DYREKTORÓW WYKONAWCZYCH I KLUCZOWYCH
CZŁONKÓW KIEROWNICTWA WYŻSZEGO SZCZEBLA ZA ROK 2021 (W TYS. PLN)

Imię i nazwisko Dyrektora	Spółka	Stanowisko	Wynagrodzenie stałe		Wynagrodzenie zmienne						Razem wynagrodzenie wypłacone	Razem wynagrodzenie naliczone vs wypłacone (różnica)	Udział wypłaconego wynagrodzenia stałego i zmiennego		
			Wynagrodzenie zasadnicze	Oplaty	Pozostałe świadczenia	Zmienne naliczone za jeden rok ^[1]	Zmienne wypłacone za jeden rok ^[1]	Zmienne za wiele lat ^[2]	Pozycja nadzwyczajna	Koszty świadczeń emerytalnych			Razem wynagrodzenie naliczone	Stale	Zmienne
Francois Nuyts	Allegro.eu	Dyrektor Wykonawczy (01.09.2020 — 31.08.2022)	—	228,4	—	—	—	—	—	—	228,4	228,4	0,0	100%	0%
	Allegro.pl	CEO Grupy MBM (01.08.2018 — 31.08.2022)	3 568,1	—	47,4	4 466,0	4 091,1	—	—	—	8 081,5	7 706,6	374,9	47%	53%
Jon Eastick	Allegro.eu	Dyrektor Wykonawczy (01.09.2020 —)	—	228,4	—	—	—	—	—	—	228,4	228,4	0,0	100%	0%
	Allegro.pl	CFO Grupy MBM (01.02.2018 —)	1 065,6	—	60,2	759,2	944,2	—	—	—	1 885,1	2 070,0	-184,9	54%	46%
Piotr Szybiak	Allegro.pl	CTO MBM (01.12.2015 — 23.06.2021 rozwiązanie stosunku pracy — 30.09.2021)	751,0	—	31,0	—	—	—	71,0	—	852,9	852,9	0,0	100%	0%
Wojciech Bogdan	Ceneo.pl	CDO MBM (01.05.2020 —)	1 039,2	—	21,0	765,0	864,8	—	—	—	1 825,2	1 925,0	-99,8	55%	45%
Marcin Łachajczyk	Ceneo.pl	Dyrektor Zarządzający Członek Zarządu (01.01.2013 —)	618,0	—	80,0	227,5	231,8	—	—	—	925,5	929,8	-4,3	75%	25%

[1] Wynagrodzenie zmienne krótkoterminowe: uznaniowa premia roczna. Ostateczne decyzje dotyczące premii za rok 2021 zostały podjęte przez Komitet Wynagrodzeń po publikacji raportu rocznego. Kwoty podane w Raporcie na temat wynagrodzeń za rok 2021 stanowiły naliczone premie. Raport na temat wynagrodzeń za bieżący okres obejmuje faktycznie wypłacone kwoty za rok 2021. Różnice uwzględniają również wahania kursów walut pomiędzy datą raportu za rok 2021 a datą faktycznej płatności.

[2] Wynagrodzenie zmienne długoterminowe Jednostki PSU w ramach programu AIP.

4.4. Wynagrodzenie Dyrektorów Niewykonawczych

Niewykonawczy Przewodniczący Rady Dyrektorów jest uprawniony do stałego wynagrodzenia ryczałtowego. Pozostali Dyrektorzy Niewykonawczy otrzymali różne wynagrodzenia stałe, uzależnione od pełnionej funkcji. Dodatkowe wynagrodzenie przysługuje w szczególności Dyrektorom Niewykonawczym zasiadającym w komitetach.

Wysokość wynagrodzenia Dyrektorów Niewykonawczych została ustalona z uwzględnieniem celu, jakim jest zapewnienie ich niezależności oraz kompetencji w zakresie nadzoru nad działalnością Grupy.

Dyrektorzy Niewykonawczy nie są uprawnieni do żadnej formy wynagrodzenia zmiennego i żaden ze składników ich wynagrodzenia nie jest powiązany z

Niezależni Dyrektorzy Niewykonawczy nie otrzymali żadnego wynagrodzenia zmiennego (w tym żadnych akcji, nagród w formie akcji, premii za wyniki).

- opcjami lub innymi instrumentami pochodnymi, lub jakimikolwiek innymi składnikami zmiennymi; lub
- wynikami Grupy.

ZESTAWIENIE WYNAGRODZEŃ DYREKTORÓW NIEWYKONAWCZYCH ZA ROK 2022 (W TYS. PLN)

Imię i nazwisko Dyrektora (data powołania – rezygnacji z członkostwa w Radzie Dyrektorów)	Spółka	Stanowisko	Wynagrodzenie stałe			Wynagrodzenie zmienne				Wynagrodzenie ogółem	Udział wynagrodzenia stałego i zmiennego	
			Wynagrodzenie zasadnicze	Oplaty	Pozostałe świadczenia	Zmienne za jeden rok ^[1]	Zmienne za wiele lat ^[2]	Pozycja nadzwyczajna ^[1]	Koszty świadczeń emerytalnych		Stale	Zmienne
Darren Huston (12.05.2017 –)	Allegro.eu	Przewodniczący Rady Dyrektorów Dyrektor Niewykonawczy	—	1 406,28	—	—	—	—	—	1 406,3	100%	0%
Carla Smits-Nusteling (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy	—	576,57	—	—	—	—	—	576,6	100%	0%
David Barker (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Dyrektor Niewykonawczy	—	—	—	—	—	—	—	0,0	—	—
Nancy Cruickshank (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy	—	522,67	—	—	—	—	—	522,7	100%	0%
Paweł Padusiński (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Dyrektor Niewykonawczy	—	—	—	—	—	—	—	0,0	—	—
Richard Sanders (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Dyrektor Niewykonawczy	—	—	—	—	—	—	—	0,0	—	—
Pedro Arnt (22.06.2022 –)	Allegro.eu	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy	—	117,19	—	—	—	—	—	117,2	100%	0%

[1] Wynagrodzenie zmienne krótkoterminowe: uznaniowa premia roczna.

[2] Wynagrodzenie zmienne długoterminowe Program Motywacyjny Allegro – Świadczenie w postaci Performance Share Units.

ZESTAWIENIE WYNAGRODZEŃ DYREKTORÓW NIEWYKONAWCZYCH ZA ROK 2021
(W TYS. PLN)

Imię i nazwisko Dyrektora (data powołania – rezygnacji z członkostwa w Radzie Dyrektorów)	Spółka	Stanowisko	Wynagrodzenie stałe			Wynagrodzenie zmienne				Udział wynagrodzenia stałego i zmiennego		
			Wynagrodze- nie zasadnicze	Opłaty	Pozostałe świadczenia	Zmienne za jeden rok ^[1]	Zmienne za wiele lat ^[2]	Pozycja nad- zwyczajna ^[1]	Koszty świadczeń emerytalnych	Wynagrodze- nie ogółem	Stale	Zmienne
Darren Huston (12.05.2017 –)	Allegro.eu	Przewodniczący Rady Dyrektorów Dyrektor Niewykonawczy	—	1 370,1	—	—	—	—	—	1 370,1	100%	0%
Carla Smits-Nusteling (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy	—	561,7	—	—	—	—	—	561,7	100%	0%
David Barker (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Dyrektor Niewykonawczy	—	—	—	—	—	—	—	0,0	—	—
Nancy Cruickshank (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy	—	493,2	—	—	—	—	—	493,2	100%	0%
Paweł Padusiński (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Dyrektor Niewykonawczy	—	—	—	—	—	—	—	0,0	—	—
Richard Sanders (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Dyrektor Niewykonawczy	—	—	—	—	—	—	—	0,0	—	—

[1] Wynagrodzenie zmienne krótkoterminowe: uznaniowa premia roczna.

[2] Wynagrodzenie zmienne długoterminowe Program Motywacyjny Allegro – Świadczenie w postaci Performace Share Units.

**POZOSTAŁE TRANSAKCJE Z PODMIOTAMI
POWIĄZANYMI ZAWARTE
Z DYREKTORAMI NIEWYKONAWCZYMI
GRUPY PRZED PRZEPROWADZENIEM
PIERWSZEJ OFERTY PUBLICZNEJ**

Od momentu powstania Grupy do 2020 r. Przewodniczący Rady Dyrektorów świadczył, za pośrednictwem swojej prywatnej firmy doradczej BlackPines Capital Partners Ltd („BlackPines”), szereg usług doradczych na rzecz Spółki, które nie były związane z pełnieniem przez niego funkcji członka Rady Dyrektorów. Wynagrodzenie za usługi doradcze wypłacone przez Spółkę na rzecz BlackPines obejmowało świadczenie usług w zakresie doradztwa strategicznego na rzecz Rady Dyrektorów oraz udzielania wytycznych, wskazówek i zaleceń o charakterze strategicznym i operacyjnym Dyrektorowi Generalnemu Spółki i zespołowi wykonawczemu, a także świadczenie

podobnego wsparcia na rzecz Spółki i dowolnej spółki z Grupy w ramach usług świadczonych osobiście przez Pana Hustona, zgodnie z ogólnymi wytycznymi Rady Dyrektorów. Umowa ta została rozwiązana przed przeprowadzeniem pierwszej oferty publicznej w 2020 r.

W latach 2021 i 2022 nie świadczone dalszych usług. Żaden z pozostałych Dyrektorów Niewykonawczych nie świadczył usług na rzecz Grupy, za które otrzymałby wynagrodzenie finansowe w okresie pomiędzy powstaniem Spółki a jej pierwszą ofertą publiczną.

4.5. Informacje porównawcze dotyczące wynagrodzeń i wyników Spółki

Tabela obok przedstawia uzgodnienie łącznego wynagrodzenia w środkach pieniężnych i w akcjach Dyrektorów Wykonawczych, Kluczowych Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla i Dyrektorów Niewykonawczych przedstawionego w Raporcie na temat wynagrodzeń z kosztami wykazanymi w Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym Grupy za rok 2022 (Nota 38).

Imię i nazwisko Dyrektora	Spółka	Stanowisko (data powołania – rezygnacji z członkostwa w Radzie Dyrektorów)	Razem wynagrodzenie w środkach pieniężnych (w tys. PLN) ^[1]	Razem wynagrodzenie w formie akcji (koszt poniesiony w 2022 r. zgodnie z MSSF 2, tys. PLN) ^[2]
Roy Peticucci	Allegro.eu	Dyrektor Wykonawczy (21.09.2022 –)	58,60	1 715,06
	Allegro	CEO Grupy, MBM (01.09.2022 –)	2 357,33	
Suma cząstkowa			2 415,92	1 715,06
Francois Nuyts	Allegro.eu	Dyrektor Wykonawczy (01.09.2020 – 31.08.2022) rozwiązanie stosunku pracy – 31.12.2022	175,79	-2 292,92
	Allegro	CEO Grupy, MBM (01.08.2018 – 31.08.2022) rozwiązanie stosunku pracy – 31.12.2022	6 953,41	
Suma cząstkowa			7 129,20	-2 292,92
Jonathan Eastick	Allegro.eu	Dyrektor Wykonawczy (01.09.2020 –)	234,38	2 123,38
	Allegro	CFO Grupy, MBM (01.02.2018 –)	1 835,91	
Suma cząstkowa			2 070,29	2 123,38
Alvise Favara	Allegro	CCO, MBM (01.03.2022 –)	3,435.41	7,269.49
David Robers	Allegro	CTPO, MBM (01.03.2022 –)	6,105.86	4,664.05
Wojciech Bogdan ^[3]	Ceneo.pl	CDO, MBM (01.05.2020 –)	406.65	170.35
Marcin Łachajczyk ^[3]	Ceneo.pl	Dyrektor Zarządzający, Członek Zarządu (01.01.2013 –)	387.70	103.00
Darren Huston	Allegro.eu	Przewodniczący Rady Dyrektorów, Dyrektor Niewykonawczy (12.05.2017 –)	1 406,28	0,00
Carla Smits-Nusteling	Allegro.eu	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy (01.09.2020 –)	576,57	0,00
David Barker	Allegro.eu	Dyrektor Niewykonawczy (01.09.2020 –)	0,00	0,00
Nancy Cruickshank	Allegro.eu	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy (01.09.2020 –)	522,67	0,00
Paweł Padusiński	Allegro.eu	Dyrektor Niewykonawczy (01.09.2020 –)	0,00	0,00
Richard Sanders	Allegro.eu	Dyrektor Niewykonawczy (01.09.2020 –)	0,00	0,00
Pedro Arnt	Allegro.eu	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy (22.06.2022 –)	117,19	0,00
Razem			24 573,74	13 752,41

[1] Łączne wynagrodzenie w środkach pieniężnych przedstawione w powyższej tabeli zostało ujęte w pozycji Krótkoterminowe świadczenia pracownicze w Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym za rok 2022 (Nota 38). Obejmuje ono wynagrodzenie zasadnicze, opłaty, pozostałe świadczenia, roczne wynagrodzenie zmienne oraz pozycje nadzwyczajne w środkach pieniężnych.

[2] Łączne wynagrodzenie w formie akcji przedstawione w powyższej tabeli zostało ujęte w pozycji Płatności w formie akcji w Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym za rok 2022 (Nota 38). Obejmuje ono koszty pozycji nadzwyczajnych zgodnie z MSSF 2 oraz wynagrodzenie zmienne za wiele lat.

[3] Po przejęciu Grupy Mall z dniem 1 kwietnia 2022 r. Grupa zmieniła skład listy Osób pełniących obowiązki zarządcze (PDMR), wykreślając z niej Członków Zarządu Ceneo. W związku z tym od 1 kwietnia 2022 roku Marcin Łachajczyk i Wojciech Bogdan nie są już uważani za Kluczowych Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla powiększonej Grupy. Tabela obejmuje wyłącznie ich wynagrodzenie za I kwartał 2022 r.

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu zgodna z wymogami ESEF i dostępna na stronie www.allegro.eu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

Poniższa tabela przedstawia roczne wynagrodzenia Dyrektorów Wykonawczych, Dyrektorów Niewykonawczych i Kluczowych Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla, wyniki Spółki oraz średnie całkowite roczne wynagrodzenia pracowników Spółki i Grupy niebędących Dyrektorami Wykonawczymi, Dyrektorami Niewykonawczymi i Kluczowymi Członkami Kierownictwa Wyższego Szczebla w latach 2022, 2021 i 2020.

Zmiana w ujęciu rocznym		2022-2021 Zmiana r/r (w %)	2022-2021 Zmiana r/r (w tys. PLN)	2021-2020 Zmiana r/r (w %)	2021-2020 Zmiana r/r (w tys. PLN)	2022 (w tys. PLN)	2021 (w tys. PLN)	2020 (w tys. PLN)
Łączne wynagrodzenie Dyrektora (od wszystkich podmiotów prawnych)								
Roy Peticucci	CEO Grupy, MBM (01.09.2022 –), Dyrektor Wykonawczy (21.09.2022 –)	100,00%	2 415,92	0,00%	0,00	2 415,92	0,00	0,00
Francois Nuyts	CEO Grupy, MBM (01.08.2018 – 31.08.2022), Dyrektor Wykonawczy (01.09.2020 – 31.08.2022)	6,74%	534,57	-36,80%	-4 620,36	8 469,51	7 934,94	12 555,30
Jonathan Eastick	CFO (01.02.2018 –) Dyrektor Wykonawczy (01.09.2020 –)	-1,39%	-31,92	-17,12%	-474,79	2 266,39	2 298,32	2 773,10
Alvise Favara	CCO, MBM (01.03.2022 –)	100,00%	7 247,22	0,00%	0,00	7 247,22	0,00	0,00
David Robers	CTPO, MBM (01.03.2022 –)	100,00%	8 223,54	0,00%	0,00	8 223,54	0,00	0,00
Marcin Łachajczyk	Kluczowy Członek Kierownictwa Wyższego Szczebla, MBM (01.01.2013 –)	-64,86%	-750,53	-4,61%	-55,92	406,65	1 157,18	1 213,10
Wojciech Bogdan	Kluczowy Członek Kierownictwa Wyższego Szczebla, MBM (01.05.2020 –)	-84,62%	-2 132,98	45,44%	787,48	387,70	2 520,68	1 733,20
Piotr Szybiak	Kluczowy Członek Kierownictwa Wyższego Szczebla, MBM (01.12.2015 – 23.06.2021, rozwiązanie stosunku pracy – 30.09.2021)	-100,00%	-852,90	-60,89%	-1 328,00	0,00	852,90	2 180,90
Damian Zapłata	Kluczowy Członek Kierownictwa Wyższego Szczebla (01.12.2017 – 27.08.2021)	-100,00%	-888,90	-67,27%	-1 827,20	0,00	888,90	2 716,10
Darren Huston	Przewodniczący Rady Dyrektorów, Dyrektor Niewykonawczy (12.05.2017 –)	2,64%	36,18	185,74%	890,60	1 406,28	1 370,10	479,50
Carla Smits-Nusteling	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy (01.09.2020 –)	2,65%	14,87	208,29%	379,50	576,57	561,70	182,20
David Barker	Dyrektor Niewykonawczy (01.09.2020 –)	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00	0,00	0,00
Nancy Cruickshank	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy (01.09.2020 –)	5,97%	29,47	208,25%	333,20	522,67	493,20	160,00
Pedro Arnt	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy (22.06.2022 –)	100,00%	117,19	0,00%	0,00	117,19	0,00	0,00
Paweł Padusiński	Dyrektor Niewykonawczy (01.09.2020 –)	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00	0,00	0,00
Richard Sanders	Dyrektor Niewykonawczy (01.09.2020 –)	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00	0,00	0,00
Daniele Arendt	Dyrektor Niewykonawczy (05.05.2017 – 12.10.2020)	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00	0,00	0,00
Gautier Laurent	Dyrektor Niewykonawczy (05.05.2017 – 12.10.2020)	0,00%	0,00	-100,00%	-160,00	0,00	0,00	160,00
Séverine Michel	Dyrektor Niewykonawczy (05.05.2017 – 12.10.2020)	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00	0,00	0,00
Cédric Pedoni	Dyrektor Niewykonawczy (05.05.2017 – 12.10.2020)	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00	0,00	0,00
Gilles Willy Duroy	Dyrektor Niewykonawczy (17.10.2019 – 12.10.2020)	0,00%	0,00	0,00%	0,00	0,00	0,00	0,00
Razem		77,23%	13 961,73	-25,15%	-6 075,48	32 039,64	18 077,92	24 153,40

Roczna zmiana	2022-2021 Zmiana r/r (w %)	2022-2021 Zmiana r/r (w tys. PLN)	2021-2020 Zmiana r/r (w %)	2021-2020 Zmiana r/r (w tys. PLN)	2022 (w tys. PLN)	2021 (w tys. PLN)	2020 (w tys. PLN)
Wyniki Spółki							
GMV (w mln PLN)	14,92%	6 355,70	21,33%	7 489,70	48 957,40	42 601,70	35 112,00
EBITDA – segment Allegro (w tys. PLN)	15,59%	296,68	24,05%	368,94	2 199,80	1 903,12	1 534,18
EBITDA – segment Ceneo (w tys. PLN)	-11,80%	-15,24	-4,02%	-5,41	113,90	129,14	134,55
Przychody – segment Ceneo (w tys. PLN)	-1,89%	-5,76	8,85%	24,84	299,60	305,36	280,53

Roczna zmiana	2022-2021 Zmiana r/r (w %)	2022-2021 Zmiana r/r (w tys. PLN)	2021-2020 Zmiana r/r (w %)	2021-2020 Zmiana r/r (w tys. PLN)	2022 (w tys. PLN)	2021 (w tys. PLN)	2020 (w tys. PLN)
Średnie roczne wynagrodzenie pracowników niebędących Dyrektorami Wykonawczymi, Dyrektorami Niewykonawczymi i Kluczowymi Członkami Kierownictwa Wyższego Szczebla							
Wynagrodzenie ogółem	18,82%	23,19	-1,04%	-1,3	146,4	123,2	124,5

4.6. Różnorodność i otwartość

Spółka przywiązuje dużą wagę do kwestii równości, różnorodności i włączenia społecznego i promuje te wartości w praktykach organizacyjnych. Promujemy kulturę, w której każdy, niezależnie od swojej tożsamości osobistej i zawodowej, jest szanowany, może się rozwijać, wzrastać i wносить swój wkład w sukces Allegro. Dostrzegamy zarówno różnice, jak i podobieństwa, co pomaga nam tworzyć inspirujące miejsce pracy i osiągać przewagę nad konkurencją.

Tworzymy przyjazne środowisko pracy, wolne od dyskryminacji, molestowania i uprzedzeń, które promuje sprawiedliwe traktowanie i wspiera rozwój każdego człowieka. Poprzez Politykę różnorodności (przyjętą przez Radę Dyrektorów 17 grudnia 2020 roku i zmienioną 28 czerwca 2021 roku), Politykę antydyskryminacyjną i antymobbingową oraz Procedurę zgłaszania nieprawidłowości (wdrożoną w 2016 roku) promujemy wartości Allegro i oczekiwane zachowania, których podstawą jest godność, szacunek i zasady etyki. Wszyscy pracownicy zapoznają się z tymi zasadami w ramach procesu przyjęcia do pracy oraz poprzez regularne szkolenia.

Główne działania wspierające nasze zaangażowanie w różnorodność i włączenie społeczne to:

- przyjęcie polityki przeciwdziałania zjawiskom dyskryminacji i mobbingu,
- przyjęcie Kodeksu postępowania „Stay Fair”,
- przyjęcie polityki zgłaszania nieprawidłowości,
- prowadzenie programów komunikacyjnych i szkoleniowych, które promują różnorodność,
- dążenie do równego traktowania wszystkich pracowników, niezależnie od płci, tożsamości płciowej, wieku, rasy, formy zatrudnienia, poglądów politycznych, orientacji psychoseksualnej, niepełnosprawności, stanu zdrowia, narodowości, pochodzenia etnicznego, religii, wyznania, statusu bezwyznaniowego, przekonań, przynależność do związku zawodowego, statusu cywilnego czy stylu życia, także podczas oceny pracownika oraz podejmowania decyzji dotyczących zatrudnienia i awansu,
- wspieranie kobiet wybierających karierę w branży technologicznej,
- wspieranie różnorodności przy wyborze członków Rady,
- wspieranie inicjatyw z zakresu różnorodności i integracji,
- zwiększenie możliwości zmiany stanowiska wewnątrz spółki,
- przyjęcie polityki antydyskryminacyjnej i antymobbingowej, wdrożenie Polityki Różnorodności i podejścia „Stay Fair”, które umożliwia zgłaszanie wszelkich nieodpowiednich zachowań i nieprawidłowości,
- program webinarów i szkoleń DEI, które pomagają w tworzeniu włączającego i zróżnicowanego środowiska pracy,
- minimalizowanie ryzyka stronniczości w procesach rekrutacji, awansach i przeglądach wynagrodzeń, poprzez podkreślanie znaczenia wiedzy i kompetencji w naszych procesach. Nasze procesy są oparte na obiektywnych i merytorycznych kryteriach, które zapewniają równe doświadczenia wszystkim kandydatom i pracownikom, niezależnie od płci, pochodzenia etnicznego, przekonań czy innych kryteriów,
- uwzględnianie różnorodności przy wyborze członków Rady,
- opracowywanie inicjatyw z zakresu Mobilności Wewnętrznej, które wspierają rozwój pracowników w ramach Allegro,
- tworzenie inicjatyw mających na celu zachęcenie większej liczby kobiet do wyboru kariery w branży technologicznej,
- Wspieranie inicjatyw związanych z różnorodnością i inkluzywnością, takich jak DareIT, Hackathon Accessibility, Poznań Mentoring Walk
- monitorowanie wpływu działań i informowanie o ich rezultatach,
- coroczny audyt dotyczący równości wynagrodzeń; monitorowanie i raportowanie różnic w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn oraz realizacja działań mających na celu zmniejszenie różnic.

Więcej szczegółowych informacji na temat różnorodności i otwartości w Spółce przedstawiono w rozdziale „Podejście do odpowiedzialności korporacyjnej, środowiskowej i społecznej” w niniejszym Raporcie.

4.7. Stosowanie Polityki wynagrodzeń

Wynagrodzenie wypłacane Dyrektorom, Kluczowym Członkom Kierownictwa Wyższego Szczebla i Członkom Kierownictwa Wyższego Szczebla Spółki jest zgodne z celami Polityki wynagrodzeń Spółki i nie odbiega od jej założeń.

Wynagrodzenie Dyrektorów jest:

- wystarczające i odpowiada ich zaangażowaniu, kwalifikacjom i obowiązkom, ale nie narusza ich niezależności;
- wystarczające do pozyskiwania i zatrzymywania dyrektorów posiadających talenty i cechy pożądane przez Spółkę;
- konkurencyjne, co można osiągnąć poprzez stworzenie pakietu wynagrodzeń odpowiadającego standardom rynkowym obowiązującym w porównywalnych sektorach i spółkach;
- ustalone z uwzględnieniem bieżącej sytuacji finansowej Spółki.



5.

Oczekiwania dla Grupy

STATUS OCZEKIWAŃ ŚREDNIOTERMINOWYCH

Kierownictwo Grupy zwraca uwagę, że wcześniejsze Średnioterminowe oczekiwania na lata 2023-2026 („MTE”) zostały sporządzone po zakończeniu rundy planowania rocznego na lata 2021-2022 i opublikowane 24 lutego 2022 r., czyli w dniu inwazji Rosji na Ukrainę. W dniu 29 września 2022 r., w związku z dynamicznymi przemianami gospodarczymi i geopolitycznymi, wynikającymi z wojny na Ukrainie, Kierownictwo podjęło decyzję o rewizji opublikowanych Oczekiwań Średnioterminowych („MTE”).

Po weryfikacji podejścia Grupy do publikowania oczekiwań, zainicjowanej przez nowego CEO Grupy, Grupa podjęła decyzję o zastąpieniu MTE zbiorem zasad dotyczących aspiracji średniokresowych.

Zamiast tego CEO wraz z kierownictwem Grupy ustanowili zbiór zasad dotyczących aspiracji średniokresowych:

- Dalszy rentowny wzrost GMV w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem kategorii obecnie niedoważonych, w celu osiągnięcia niskiej dwucyfrowej skumulowanej stopy wzrostu (CAGR) dla GMV
- Wzmocnienie modelu polskiej platformy handlowej poprzez rozwój Allegro Pay i wzrost penetracji usług reklamowych
- Priorytetem jest wydajność, która pozwoli przywrócić marżę GMV w Polsce do poziomu 5% i wzmocnić dotychczasową działalność Mall w modelu 1P
- Przyspieszenie wzrostu GMV Grupy poprzez wprowadzenie platformy handlowej Allegro na rynek międzynarodowy, zaczynając od krajów, w których działa Mall
- Zwiększanie dyscypliny w zakresie kosztów sprzedaży, ogólnego zarządu i administracji oraz kapitału dla całego powiększonego TAM w celu poprawy marż Grupy i sukcesywnego zmniejszania wskaźnika dźwigni finansowej

W połączeniu z krótkoterminowym skoncentrowaniem się na siedmiu głównych priorytetach Kierownictwa opublikowanych we wrześniu 2022 r., wspomniane zasady aspiracji średniokresowych stanowią ramy, zgodnie z którymi Kierownictwo Grupy opracowuje roczne budżety i średnioterminowe plany finansowe do użytku wewnętrznego.

OCZEKIWANIA W ROKU OBROTOWYM 2023

Kluczowe priorytety na rok 2023:

1.	Silna pozycja w Polsce	<ul style="list-style-type: none"> • Wzrost GMV, przy czym około jedna trzecia wzrostu oparta jest na niedoważonych kategoriach • Zwiększanie łącznego udziału reklamy i promocji w celu wspierania marży i monetyzacji
2.	Sukces w Czechach i na Słowacji dzięki modelowi platformy handlowej Grupy	<ul style="list-style-type: none"> • Uruchomienie Allegro.cz 3P, przy czym inwestycja jest uzależniona od wyników testów i sytuacji makroekonomicznej
3.	Zwiększanie skali działalności Allegro Pay	<ul style="list-style-type: none"> • Zwiększanie skali działalności Allegro Pay, finansowane głównie przez partnerów w modelu 3P • Prace nad wprowadzeniem usług bankowych w modelu BaaS
4.	Poprawa rentowności programu SMART! i dostaw	<ul style="list-style-type: none"> • Częściowy powrót do automatów paczkowych kosztem usług kurierskich • Zmiany cennika programu Smart! w celu częściowego zrekompensowania skutków indeksacji przy jednoczesnym umiarkowanym wzroście kosztów dostawy jako % GMV. • Projekt dotyczący automatów paczkowych skoncentrowany na poziomie wykorzystania
5.	Poprawa sytuacji w zakresie działalności MALL w modelu 1P	<ul style="list-style-type: none"> • Zmniejszenie strat Mall w modelu 1P. • Uruchomienie działalności Mall w modelu 1P jako sprzedawcy allegro.cz.
6.	Zdolność do wzrostu	<ul style="list-style-type: none"> • Optymalizacja kosztów i poprawa wydajności w całej Grupie. • Znacznie niższe nakłady inwestycyjne r/r. • Wspiera poprawę przepływów pieniężnych i dalsze zmniejszanie wskaźnika dźwigni finansowej
7.	Pracownicy i kultura	<ul style="list-style-type: none"> • Efektywne wykorzystanie zasobów utalentowanych pracowników w celu realizacji ambicji biznesowych Grupy, wzmocnienia jej podstawowych wartości i zapewnienia zrównoważonego wzrostu

OCZEKIWANIA FINANSOWE

Grupa zwróciła uwagę na praktykę rynkową stosowaną przez największe globalne notowane spółki z branży e-commerce i doszła do wniosku, że bardziej powszechnym rozwiązaniem jest przedstawianie oczekiwań na najbliższy kwartał zamiast dotychczasowej praktyki przedstawiania oczekiwań na cały rok obrotowy. Grupa podjęła decyzję o wprowadzeniu podobnych zasad od roku obrotowego 2023.

Pozwoli to skoncentrować się na zapewnieniu większej precyzji poprzez podawanie oczekiwań finansowych na krótsze okresy, ale z większym stopniem pewności.

CELE I OCZEKIWANIA NA I KWARTAŁ 2023 R:

Działalność w Polsce	2022E	2022 r. Wykonanie	I kw. 2023 r. – oczekiwania
GMV	wzrost 15-17% r/r	15,9%	wzrost 13-14% r/r
Przychody	wzrost 23-26% r/r	24,1%	wzrost 20-22% r/r
Skorygowana EBITDA ^[1]	wzrost 10-12% r/r	11,6%	wzrost 20-23% r/r
CAPEX ^[2]	650-700 mln PLN	662 mln PLN	100-110 mln PLN

Segment Mall ^[3]	Oczekiwania na II-IV kw. 2022 r.	II-IV kw. 2022 r. Wykonanie	I kw. 2023 r. – oczekiwania
GMV	Niski, ednocyfrowy spadek % w ujęciu r/r	-2,5%	spadek pro-forma o 1-2% r/r ^[4]
Przychody	Niski, jednocyfrowy spadek % w ujęciu r/r	-5,5%	spadek pro-forma o 2-4% r/r ^[4]
Skorygowana EBITDA ^[1]	Strata 120-160 mln PLN	Strata 157 mln PLN	Strata w granicach 75-80 mln PLN ^[5]
CAPEX ^[2]	70-100 mln PLN	60 mln PLN	20-30 mln PLN ^[5]

Skonsolidowane dane Grupy	2022E	2022 r. Wykonanie	I kw. 2023 r. – oczekiwania
GMV	wzrost 22-24% r/r	23,2%	wzrost 20-21% r/r
Przychody	wzrost 67-71% r/r	68,2%	wzrost 64-66% r/r
Skorygowana EBITDA ^[1]	wzrost 2-6% r/r	4,3%	wzrost 3-6% r/r
CAPEX ^[2]	720-800 mln PLN	722 mln PLN	120-140 mln PLN

[1] Skorygowana EBITDA zdefiniowana jako: EBITDA przed kosztami transakcyjnymi, opłatami za zarządzanie (opłatami za monitorowanie), wynagrodzeniami w formie akcji, kosztami restrukturyzacji i innymi pozycjami jednorazowymi

[2] Gotówkowe nakłady inwestycyjne, bez aktywów w leasingu (które są wykazane w bilansie)

[3] Oczekiwania dotyczące zmiany GMV i przychodów r/r oraz rzeczywiste wyniki dla Segmentu Mall są obliczane na podstawie danych pro forma

[4] W tym pozytywny wpływ zmian kursów walutowych PLN/CZK

[5] W tym około 16 mln PLN strat z tytułu rozpoczęcia działalności oraz 10 mln PLN skapitalizowanych kosztów prac rozwojowych związanych z przygotowaniem do uruchomienia platformy handlowej 3P w Czechach

6.

Aktualne trendy sprzedażowe

W pierwszym kwartale 2023 roku Grupa odnotowała miesięczny wzrost GMV, który wahał się między 12% a 15% dla działalności w Polsce. Ogółem oczekuje się podobnego tempa wzrostu w porównaniu z IV kwartałem 2022 r., pomimo słabnącego z miesiąca na miesiąc wzrostu sprzedaży detalicznej. Ponadto po niskiej dynamice w czwartym kwartale, struktura wzrostu powraca w kierunku wzrostu transakcyjnego, co wiąże się z osłabieniem czynników inflacyjnych we wskaźnikach wzrostu. Odzwierciedla to zmianę zachowań konsumentów w zakresie codziennego asortymentu i odchodzenie od kategorii dyskrejonalnych, a także przechodzenie na bardziej przystępne cenowo produkty substytucyjne. Obserwowane trendy świadczą o tym, że dzięki szerokiemu asortymentowi i konkurencyjnym cenom Allegro jest w stanie zapewnić stabilny wzrost w sytuacji, gdy sytuacja gospodarcza wpływa na zachowania zakupowe konsumentów.

W przypadku Segmentu Mall utrzymujący się słaby popyt na produkty detaliczne i spadające dochody realne nadal mają negatywny wpływ na GMV, ponieważ konsumenci ograniczają wydatki na artykuły o charakterze dyskrejonalnym. Obserwujemy spadek GMV o około 1-2% r/r w stosunku do danych porównawczych pro forma za rok ubiegły, przy uwzględnieniu pozytywnego wpływu różnic kursowych.

W ujęciu skonsolidowanym Grupa odnotowała zatem wzrost GMV o około 20-21% r/r od początku kwartału, z czego około 13-14 p.p. przypada na Działalność w Polsce, a około 7 p.p. na Segment Mall.

Załącznik 1. Uzgodnienie najważniejszych Alternatywnych Mierników Wyników do pozycji prezentowanych w Sprawozdaniu Finansowym

Poniższy punkt zawiera uzgodnienie niektórych Alternatywnych Mierników Wyników do najbardziej bezpośrednio dających się uzgodnić pozycji prezentowanych w Sprawozdaniu Finansowym Grupy.

NAKLĄDY INWESTYCYJNE RAZEM

Informacje dotyczące łącznej kwoty nakładów inwestycyjnych ujętych w latach obrotowych 2022 i 2021 zostały zaprezentowane w części dotyczącej działalności inwestycyjnej w śródrocznym skróconym skonsolidowanym sprawozdaniu z przepływów pieniężnych jako odrębna pozycja: „Nabycie rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych i prawnych”

w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2022	Rok obrotowy 2021	IV kw. 2022	IV kw. 2021
Skapitalizowane koszty prac rozwojowych	(336,3)	(224,8)	(87,1)	(62,7)
Pozostałe nakłady inwestycyjne	(385,9)	(182,2)	(70,5)	(87,7)
Nakłady inwestycyjne razem	(722,2)	(407,1)	(157,6)	(150,4)

SKAPITALIZOWANE KOSZTY PRAC ROZWOJOWYCH

Kwota skapitalizowanych kosztów prac rozwojowych stanowi sumę skapitalizowanych kosztów pracowniczych oraz skapitalizowanych pozostałych kosztów. Obie kwoty są prezentowane oddzielnie w pozycji Koszty operacyjne w śródrocznym skróconym skonsolidowanym sprawozdaniu z całkowitych dochodów.

w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2022	Rok obrotowy 2021	IV kw. 2022	IV kw. 2021
Koszty pracownicze – Skapitalizowane koszty prac rozwojowych	(206,7)	(154,2)	(53,4)	(40,6)
Koszty usług IT – Skapitalizowane koszty prac rozwojowych	(19,0)	(0,9)	(6,7)	(0,8)
Pozostałe koszty – Skapitalizowane koszty prac rozwojowych	(117,3)	(69,8)	(29,0)	(21,2)
Skapitalizowany koszt programu Allegro Incentive Program	6,6	—	1,9	—
Skapitalizowane koszty prac rozwojowych	(336,3)	(224,8)	(87,1)	(62,7)

ZADŁUŻENIE NETTO I DŹWIGNIA FINANSOWA

O ile Skorygowana EBITDA za ostatnie 12 mies. nie może być bezpośrednio uzgodniona ze śródrocznym skróconym skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym, ponieważ dotyczy poprzednich dwunastu miesięcy, o tyle kwota pozostałych pozycji wpływających na „Zadłużenie netto” i „Dźwignię finansową”

jest łatwa do zaobserwowania w śródrocznym skróconym skonsolidowanym sprawozdaniu z sytuacji finansowej jako część aktywów obrotowych oraz zobowiązań krótkoterminowych i długoterminowych.

w mln PLN (niebadane)	31.12.2022	31.12.2021
Skorygowana EBITDA za ostatnie 12 mies.	2 152,7	2 068,5
(+) Kredyty i pożyczki wyceniane wg zamortyzowanego kosztu	6 453,5	5 366,3
Zobowiązania długoterminowe	6 451,8	5 363,0
Zobowiązania krótkoterminowe	1,7	3,3
(+) Zobowiązania z tytułu leasingu	690,2	251,1
Zobowiązania długoterminowe	567,7	206,1
Zobowiązania krótkoterminowe	122,5	45,1
(-) Środki pieniężne	(877,6)	(1 957,2)
= Zadłużenie netto	6 266,1	3 660,2
Dźwignia finansowa (Zadłużenie netto/ Skorygowana EBITDA za ostatnie 12 mies.)	2,91 x	1,77 x

ZMIANY STANU KAPITAŁU OBROTOWEGO

Kwota każdej pozycji wpływającej na stan kapitału obrotowego za lata obrotowe 2022 r. i 2021 została zaprezentowana w odrębnych pozycjach śródrocznego skróconego skonsolidowanego sprawozdania z przepływów pieniężnych. Dane kwartalne nie są jednak ujawniane, ponieważ nie ma takiego obowiązku.

SKORYGOWANA EBITDA/PRZYCHODY (%) DLA DZIAŁALNOŚCI W POLSCE

Oznacza Skorygowaną EBITDA podzieloną przez przychody. Patrz obliczenia za lata obrotowe 2022 i 2021 poniżej.

w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2022	Rok obrotowy 2021	IV kw. 2022	IV kw. 2021
Skorygowana EBITDA	2 309,4	2 068,5	707,7	501,2
Przychody	6 644,9	5 352,9	2 025,0	1 600,7
Skorygowana EBITDA/przychody (%)	34,75%	38,64%	34,95%	31,31%

SKORYGOWANA EBITDA/GMV (%) DLA DZIAŁALNOŚCI W POLSCE

Oznacza Skorygowaną EBITDA podzieloną przez GMV. Patrz obliczenia za lata obrotowe 2022 i 2021 poniżej.

w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2022	Rok obrotowy 2021	IV kw. 2022	IV kw. 2021
Skorygowana EBITDA	2 309,4	2 068,5	707,7	501,2
GMV	49 388,8	42 601,7	14 442,8	12 668,5
Skorygowana EBITDA/GMV (%)	4,68%	4,86%	4,90%	3,96%

MARŻA BRUTTO W MODELU 1P DLA DZIAŁALNOŚCI W POLSCE

Oznacza przychody ze sprzedaży towarów pomniejszone o koszt sprzedanych towarów, podzielone przez przychody ze sprzedaży towarów. Patrz obliczenia za lata obrotowe 2022 i 2021.

w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2022	Rok obrotowy 2021	IV kw. 2022	IV kw. 2021
Sprzedaż towarów	483,9	333,8	188,7	142,0
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	468,9	341,1	171,8	148,3
Marża brutto w modelu 1P	3,11%	(2,18%)	8,95%	(4,48%)

SKORYGOWANA EBITDA/PRZYCHODY (%) DLA SEGMENTU MALL

Oznacza Skorygowaną EBITDA podzieloną przez przychody. Patrz obliczenia za okresy trzech miesięcy zakończone w latach obrotowych 2022 i 2021 poniżej

w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2022	Rok obrotowy 2021	IV kw. 2022	IV kw. 2021
Skorygowana EBITDA	(156,8)	N/D	(39,4)	N/D
Przychody	2 365,8	N/D	1 060,6	N/D
Skorygowana EBITDA/przychody (%)	(6,63%)	N/D	(3,72%)	N/D

SKORYGOWANA EBITDA/GMV (%) DLA SEGMENTU MALL

Oznacza Skorygowaną EBITDA podzieloną przez GMV. Patrz obliczenia za okresy trzech miesięcy zakończone w latach obrotowych 2022 i 2021 poniżej.

w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2022	Rok obrotowy 2021	IV kw. 2022	IV kw. 2021
Skorygowana EBITDA	(156,8)	N/D	(39,4)	N/D
GMV	3 106,9	N/D	1 424,1	N/D
Skorygowana EBITDA/GMV (%)	(5,05%)	N/D	(2,77%)	N/D

MARŻA BRUTTO W MODELU 1P DLA SEGMENTU MALL

Oznacza przychody ze sprzedaży towarów pomniejszone o koszt sprzedanych towarów, podzielone przez przychody ze sprzedaży towarów. Patrz obliczenia za okresy trzech miesięcy zakończone w latach obrotowych 2022 i 2021 poniżej

w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2022	Rok obrotowy 2021	IV kw. 2022	IV kw. 2021
Sprzedaż towarów	2 214,4	N/D	993,1	N/D
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	1 942,8	N/D	867,2	N/D
Marża brutto w modelu 1P	12,27%	N/D	12,67%	N/D

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu zgodna z wymogami ESEF i dostępna na stronie www.allegro.eu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.



allegro

III.

Raport niefinansowy

Raport na temat informacji niefinansowych Allegro.eu za rok 2022 został sporządzony zgodnie z wymogami prawa unijnego (Dyrektywa 2014/95/UE, Dyrektywa (UE) 2020/852), Wytycznych dotyczących raportowania niefinansowego (2017/C 215/01), jak również Suplementu dotyczącego zgłaszania informacji związanych z klimatem (2019/C 209/01). W raporcie uwzględniono Allegro.eu SA, Allegro sp. z o.o., Ceneo.pl sp. z o.o., eBilet Polska sp. z o.o., Allegro Finance sp. z o.o., Allegro Pay sp. z o.o., Opennet.pl sp. z o.o., „Skynet Custom Brokers” sp. z o.o., Allegro Foundation i Allegro Treasury s.à r.l., Mall Grupa a.s., WE|DO s.r.o (CZ), WE|DO s.r.o. (SK), CZC.cz s.r.o., Internet Mall a.s., Internet Mall Slovakia s.r.o., Netretail sp. z o.o. w likwidacji, E-commerce Holding a.s, AMG Media a.s., MIMOVRSSTE, spletna trgovina d.o.o., Internet Mall d.o.o., Internet Mall Hungary Kft., m-HU Internet Kft.

1.

Model biznesowy, działalność operacyjna i ład korporacyjny

1.1. Model biznesowy

1.1.1. ZAKRES DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ

Allegro jest platformą pierwszego wyboru dla polskich konsumentów, osiągającą wysoki wzrost przychodów, rentowność i przepływy pieniężne przy dużej skali działalności. Grupa jest operatorem największej internetowej platformy handlowej w Polsce, Allegro.pl, oraz porównywarki cenowej w Polsce – Ceneo.pl (źródło: OC&C). 1 kwietnia 2022 roku Allegro sfinalizowało proces przejęcia spółki Mall Grupa a.s., wiodącej firmy z sektora e-commerce w Europie Środkowo-Wschodniej oraz WE|DO, eksperta w dziedzinie transportu na ostatnim etapie dostawy do odbiorcy (ang. „last mile delivery”), oferując doświadczenie w zakresie logistyki. Transakcja uczyniła z powiększonej Grupy wiodącą platformę e-commerce w regionie, skupiającą w jednej grupie kapitałowej szereg popularnych marek – w tym Allegro, Allegro Pay, Ceneo, eBilet, One, a także Mall, Mimovrste, CZC.cz oraz WE|DO.

Po niedawno przeprowadzonej transakcji przejęcia Grupa prowadzi działalność na terenie Europy, głównie w Polsce, Czechach, na Słowacji, Węgrzech, w Chorwacji i Słowenii. Najbardziej istotnymi jednostkami operacyjnymi Grupy są: Allegro Sp. z o.o. (dawniej Allegro.pl sp. z o.o. lub „Allegro”), Ceneo.pl Sp. z o.o. („Ceneo.pl”), eBilet Polska Sp. z o.o. („eBilet”), Allegro Pay Sp. z o.o. („Allegro Pay”), które reprezentują „Działalność w Polsce” Grupy, a także CZC.cz s.r.o. („CZC”), Internet

Mall a.s. („Mall.cz”), Internet Mall Slovakia s.r.o. („Mall.sk”) i Mimovrste, spletna trgovina d.o.o. („Mimovrste”), które należą do „Segmentu Mall”.

Działalność w Polsce stanowi trzon działalności Allegro i reprezentuje zdecydowaną większość aktywności Grupy. Allegro jest najbardziej rozpoznawalną marką e-commerce w Polsce (źródło: Gemius), ze spontaniczną świadomością marki na poziomie 85%. Na dzień 31 grudnia 2022 roku z platformy e-commerce Grupy skorzystało niemal 14,1 mln Aktywnych Kupujących, którzy mieli dostęp do ofert ponad 133 tys. sprzedawców. Jej platforma handlowa Allegro.pl przyciąga średnio 22,4 mln internautów miesięcznie, co odpowiada 70% mieszkańców Polski w wieku minimum 15 lat oraz ok. 75% wszystkich użytkowników Internetu w Polsce. W grudniu 2022 roku Allegro.pl zajęło 104 miejsce w globalnym rankingu najpopularniejszych stron internetowych SimilarWeb. Za pośrednictwem należącej do Grupy platformy e-commerce sprzedawcy oferują towary w wielu kategoriach takich jak: motoryzacja, dom i ogród, książki, multimedia, kolekcje i sztuka, moda i obuwie, elektronika, produkty dla dzieci, zdrowie i uroda, sport i turystyka oraz supermarket. Sprzedawcy przede wszystkim oferują kupującym nowe produkty na rynku e-commerce Grupy w modelu biznesowym business-to-consumer („B2C”), natomiast transakcje

między konsumentami („C2C”) oraz serwisy ogłoszeniowe stanowią stosunkowo niewielki, ale istotny element działalności operacyjnej, ponieważ przyczyniają się do zwiększenia zaangażowania użytkowników. Platforma e-commerce Grupy generuje przychody głównie poprzez pośrednictwo w transakcjach 3P pomiędzy kupującymi a sprzedawcami oraz pobieranie od sprzedawców prowizji i innych opłat z tym związanych. Grupa świadczy szereg usług wspierających sprzedawców w rozwoju ich sprzedaży za pośrednictwem platformy, m.in. oferuje narzędzia do monitorowania wyników sprzedaży i zarządzania konkurencyjnością oferty, integrację z wieloma dostawcami usług płatniczych, standaryzowane rozwiązania w zakresie dostaw we współpracy z krajowymi dostawcami, a także programy bezpłatnych dostaw, zachęty do sprzedaży mające na celu promowanie jak najlepszych wyników, wsparcie kampanii marketingowych oraz rozwiązania w zakresie finansowania sprzedawców. Ponadto Grupa uzyskuje przychody z tytułu usług reklamowych poprzez oferowanie markom i sprzedawcom różnych możliwości zamieszczania reklam na platformie. W Polsce Grupa prowadzi również, w ograniczonym zakresie, własną sprzedaż detaliczną 1P (własny sklep), uzyskując przychody z bezpośredniej sprzedaży produktów kupującym na platformie e-commerce. Działalność detaliczna Grupy w modelu 1P ma charakter uzupełniający wobec działalności w modelu 3P i odpowiada za ok. 1% wartości towarów brutto („GMV”) Grupy za rok zakończony 31 grudnia 2022 r. Celem tej działalności jest przede wszystkim rozwiązanie problemu małego konkurencyjnych punktów cenowych i istotnych braków w ofercie dostępnej u niezależnych sprzedawców. Grupa posiada również własną, autorską spółkę zależną FinTech consumer finance, Allegro Pay, która ściśle współpracuje z rynkiem w celu udzielania pożyczek konsumenckich aktywnym kupującym, aby ułatwić im zakupy na rynku Allegro, zapewniając dalsze wsparcie dla zaangażowania użytkowników.

Ceneo.pl jest polską porównywarką cen dla różnych kategorii produktów. Jest to rozpoznawalna marka, która przyciągała w 2022 roku średnio 17 mln użytkowników miesięcznie (źródło: SimilarWeb).

Według stanu na grudzień 2022 r. konsumenci korzystający z usługi porównywania cen mieli dostęp do informacji dotyczących 16 mln produktów i 34 mln ofert produktów.

Grupa prowadzi również serwis eBilet – serwis sprzedaży biletów na imprezy w Polsce, pośredniczący w sprzedaży biletów na wydarzenia rozrywkowe, kulturalne, rodzinne i sportowe. Po tym, jak większość 2020 r. i 2021 r. została poważnie zakłócona przez związane z COVID-19 ograniczenia w organizacji imprez publicznych, eBilet zaczął odbudowywać sprzedaż od drugiej połowy 2021 r. oraz przez cały 2022 r., a sprzedaż biletów wzrosła o 134% w porównaniu z 2021 r. i o 34% w porównaniu z poziomem sprzed COVID-19 w 2019 r.

Grupa obejmuje również szereg innych podmiotów w Polsce, w tym: Allegro Pay – dostawcę rozwiązań finansowych i pożyczkowych dla konsumentów, Opennet.pl – dostawcę rozwiązań technologicznych dla logistyki, obejmujących automaty paczkowe oraz „SkyNet Customs Brokers” – agencję pośrednictwa celnego. Grupa uzyskuje również przychody z przetwarzania danych, hostingu i działalności powiązanej, pozostałej działalności związanej z technologiami informatycznymi i usługami komputerowymi, działalności związanej z zarządzaniem infrastrukturą komputerową, działalności związanej z oprogramowaniem oraz działalności związanej z doradztwem w zakresie informatyki.

Oprócz opisanej powyżej Działalności w Polsce, od 1 kwietnia 2022 r. do Grupy Allegro.eu należą również Grupa Mall, wiodąca firma z sektora e-commerce w Europie Środkowej i Wschodniej, a także WE|DO, firma zajmująca się dostarczaniem przesyłek w ramach „ostatniej mili” oraz ich jednostki zależne.

Grupa Mall prowadzi sprzedaż detaliczną on-line oraz jest operatorem platformy handlowej obejmującej wiele segmentów rynku w Czechach, na Słowacji, w Słowenii, na Węgrzech i w Chorwacji. WE|DO świadczy usługi dystrybucyjne w ramach „ostatniej mili” w Czechach i na Słowacji, a jednym z jej kluczowych klientów jest Grupa Mall.

[1] 'E-commerce in Poland 2021' report by Gemius

[2] Gemius Mediapanel

Kluczowe marki Grupy Mall to MALL, wiodący horyzontalny serwis e-commerce w Czechach i na Słowacji, z dodatkowymi przedsięwzięciami na wczesnym etapie rozwoju na Węgrzech i w Chorwacji, obecnie funkcjonujący głównie w modelu 1P; CZC.CZ – specjalistyczny internetowy sklep z elektroniką użytkową w Czechach oraz Mimovrste – jeden z najpopularniejszych słoweńskich portali e-commerce, prowadzący głównie działalność detaliczną. Oprócz sprzedaży detalicznej w modelu 1P, Mall rozwija platformę handlową 3P i na przestrzeni ostatnich lat nawiązała współpracę z kilkoma tysiącami czeskich sprzedających, którzy wystawiają swoje produkty w serwisie Mall i wysyłają je bezpośrednio do konsumentów za pośrednictwem partnerów dystrybucyjnych i infrastruktury Mall.

Chociaż przed sprzedażą WE|DO do Grupy Allegro firma ta należała do tej samej grupy inwestorów co Grupa Mall, to jednak prowadziła ona działalność niezależnie od Grupy Mall i posiadała własny zespół zarządzający, pozyskując klientów niezwiązanych z Grupą Mall, jak również zaliczając Grupę Mall do grona swoich kluczowych klientów.

Infrastruktura „ostatniej mili” w zakresie przesyłek oraz działalność kurierska, w tym dostęp do ponad 1 100 punktów odbioru i automatów paczkowych, funkcjonują pod marką WE|DO. Grupa Mall i WE|DO zbudowały jedno z wiodących firm e-commerce i logistycznych w Europie Środkowo-Wschodniej, dzięki połączeniu dużej bazy klientów, wysokiego ruchu, doświadczonych zespołów obsługujących różne rynki krajowe oraz marek, które cieszą się dużą popularnością w całym regionie.

Zarówno Grupa Mall, jak i WE|DO zostały przejęte jako spółki zależne w 100% od Allegro. Wraz ze swoimi jednostkami zależnymi tworzą one w ramach działalności Grupy „Segment Mall”.



1.1.2 Główne cechy platformy biznesowej i strategii rozwoju Grupy

SZCZEGÓLNA PROPOZYCJA WARTOŚCI GRUPY WYKORZYSTUJE EFEKT KOŁA ZAMACHOWEGO, KTÓRY OPIERA SIĘ NA NIEZRÓWNANYM UKIERUNKOWANIU NA PODSTAWOWE ASPEKTY HANDLU DETALICZNEGO „RETAIL BASICS”.

Platforma Allegro tworzy niezwykle silne efekty sieciowe, które przynoszą korzyści zarówno stronie popytowej, czyli kupującym, jak i stronie podaźowej, czyli sprzedającym. Efekt ten Grupa określa mianem efektu „koła zamachowego”. Wraz z dołączaniem do platformy kolejnych sprzedawców zwiększa się różnorodność oferowanych produktów oraz konkurencyjność cenowa, co z kolei przekłada się na wzrost liczby kupujących przeglądających oferty na platformie e-commerce Grupy i dokonujących na niej zakupów. Z drugiej strony, w miarę wzrostu liczby kupujących, którzy przeglądają i nabywają produkty, na platformę e-commerce Grupy przybywa coraz więcej sprzedawców.

Efekt koła zamachowego jest napędzany przez nieustanną koncentrację Grupy na ulepszaniu i aktywnym stymulowaniu fundamentów sprzedaży detalicznej, czyli szerokiego asortymentu produktów, konkurencyjności cenowej oraz jak najlepszych wrażeń związanych z zakupami i dostawą. Efekt ten przyspiesza dzięki innowacjom wprowadzającym na platformie, które ułatwiają zakupy online i zwiększają konwersję sprzedaży, takim jak wykorzystanie rekomendacji i personalizacji opartych na technologii uczenia maszynowego, rozwój mobilnych punktów wejścia na platformę, wykorzystanie przeprowadzanych na masową skalę testów preferencji użytkownika produktów przez konsumentów, zwiększenie szybkości dostaw produktów i dostęp do innowacyjnych udogodnień w zakresie dostaw, rozwój narzędzi marketingowych dostępnych na platformie i poza nią, dodawanie nowych, wygodnych opcji płatności oraz oferowanie produktów finansowania konsumenckiego.

Grupa jest najważniejszym punktem wejścia na rynek online dla sprzedawców w Polsce, który umożliwia im dotarcie do ogromnego grona Aktywnych Kupujących, czyli blisko 14,1 mln osób (stan na 31 grudnia 2022 r.).

Grupa obsługuje ogromną część ogółu sprzedawców w Polsce dzięki swojej unikalnej propozycji wartości, która obejmuje: dostęp do dużej bazy kupujących, program lojalnościowy SMART!, łatwość obsługi, atrakcyjną opłacalność, szeroką gamę narzędzi handlowych i usług stanowiących wartość dodaną, w tym narzędzi i wsparcia marketingowego, bezpłatne szkolenia stacjonarne i internetowe, kursy w ramach Akademii Allegro (program kształcenia w zakresie przedsiębiorczości cyfrowej uruchomiony w 2020 r.) oraz narzędzia analityki handlowej do monitorowania wyników sprzedaży i zarządzania konkurencyjnością oferty, dostęp do wielu dostawców usług płatniczych, unikalne rozwiązania w zakresie dostaw, zachęty promujące osiąganie jak najlepszych wyników oraz finansowanie sprzedawców. Baza sprzedawców Grupy to zarówno duże marki, jak i małe oraz średnie przedsiębiorstwa, przy czym większość sprzedawców to polskie MŚP. Grupa jest przekonana, że tak szeroki wybór sprzedawców umożliwia jej oferowanie najszerszego asortymentu produktów po atrakcyjnych cenach, bez konieczności uzależniania się od poszczególnych sprzedawców. Na przestrzeni ostatnich sześciu lat Grupa znacząco sprofesjonalizowała swoje podejście do sprzedawców, tworząc dedykowany zespół obsługi klienta złożony ze specjalistów ds. kategorii produktów dla największych sprzedawców oraz koncentrując się na usprawnieniu i automatyzacji kluczowych procesów związanych z obsługą sprzedawców. Dzięki tym inwestycjom i inicjatywom udało się zwiększyć bazę aktywnych ofert na platformie handlowej do ponad 290 milionów ofert, przy czym Grupa dąży do dalszego zwiększania liczby ofert ze względu na dalsze poszerzenie asortymentu i internacjonalizację działalności Grupy, co prowadzi do zwiększenia liczby sprzedawców międzynarodowych, których przyciąga możliwość sprzedaży na wielu rynkach.

CIĄGŁE INNOWACJE WPROWADZANE NA PLATFORMIE, W TYM NACISK KŁADZONY NA KWESTIE ZWIĄZANE Z DOSTAWAMI I PROGRAMEM LOJALNOŚCIOWYM SMART!, WPŁYWAJĄ NA POPRAWĘ WRAŻEŃ UŻYTKOWNIKÓW, ZARÓWNO KUPUJĄCYCH, JAK I SPRZEDAWCÓW.

W Grupie panuje kultura innowacyjności, której celem jest poprawa doświadczeń kupujących i sprzedawców na platformie w celu napędzania trwałego wzrostu, przy czym doświadczenia związane z dostawami oraz programem lojalnościowym SMART! są kluczowymi obszarami, na których Grupa skupiła się w ostatnich latach.

Celem programu lojalnościowego SMART! uruchomionego w sierpniu 2018 r. jest dostarczenie rozwiązania oferującego doskonały stosunek jakości do ceny. Jest to program abonamentowy za 59,99 PLN rocznie (lub 10,99 PLN miesięcznie), którego podstawą jest darmowa dostawa i darmowe zwroty i który jest wzbogacony o dodatkowe korzyści dla klienta, m. in. takie jak codzienne promocje SMART!, dedykowane wydarzenia zakupowe SMART! Week, ekskluzywne przedsprzedaże na najważniejsze wydarzenia rozrywkowe we współpracy z serwisem eBilet, dostęp do ekskluzywnych premier produktowych i inne korzyści. Program SMART! z powodzeniem wyeliminował historyczną przeszkodę dla rozwoju sektora e-commerce, a mianowicie wpływ kosztów dostawy na konkurencyjność cenową towarów zakupionych w Internecie w porównaniu z produktami zakupionymi stacjonarnie. Ponadto, ze względu na fakt, że program SMART! jest programem abonamentowym, w naturalny sposób jest on skierowany do bardziej zaangażowanej części bazy klientów Grupy, co w jeszcze większym stopniu wpływa na ich preferencje w zakresie dokonywania zakupów online i umacnia pozycję Grupy jako miejsca, do którego klienci ci zagląдают w pierwszej kolejności.

Doświadczenia w zakresie dostaw również stanowiły kluczowy obszar innowacyjności – w ciągu niespełna trzech lat Grupie udało się przejść na zarządzaną i zintegrowaną sieć dostaw 3P, która wykorzystuje również nisko kapitałochłonny model 3P Grupy. Sieć dostaw Grupy w modelu 3P dostarcza produkty szybko, niezawodnie i tanio, jednocześnie nie mając fizycznego kontaktu z artykułami, które trafiają bezpośrednio od Sprzedawcy do Kupującego. W 2020 roku Allegro wprowadziło rozwiązanie służące przewidywaniu czasu dostawy, wskazujące dzień, w którym produkt zostanie dostarczony, a także rozszerzyło dostęp do rosnącej ogólnopolskiej sieci punktów odbioru/doręczeń poza

domem oraz automatów paczkowych i opcji dostaw kurierskich realizowanych przez partnerów zajmujących się dostawami.

Pod względem sprawności i niezawodności dostaw Grupa wyróżnia się na tle innych rozwiązań oferowanych w Polsce, zarówno ze strony kupujących, jak i sprzedawców. W celu zarządzania siecią realizacji zamówień i dostaw 3P Grupa stworzyła „HUB”, czyli unikalne, oparte na uczeniu maszynowym, autorskie oprogramowanie, które umożliwia integrację platformy Allegro, szeregu dostawców usług logistycznych oraz ponad 133 tys. sprzedawców na wspólnej platformie e-commerce Grupy (stan na 31 grudnia 2022 r.). „HUB” umożliwia kupującym proste i intuicyjne śledzenie przewidywanego czasu dostawy oraz trasy przesyłki, natomiast dla Grupy, jej sprzedawców i kurierów platforma ta jest narzędziem do zarządzania kompleksową realizacją dostaw, komunikacją o statusie i rozliczeniach. Sprzedawcy mają możliwość korzystania z inteligentnej sieci logistycznej, która jest prosta w obsłudze i zapewnia szereg opcji dostawy, przy jednoczesnej możliwości korzystania z bardziej konkurencyjnych cen dostaw dzięki umowom ramowym Grupy z kluczowymi partnerami logistycznymi, w tym między innymi z InPost, DPD, UPS oraz Poczta Polska. Znacząca większość dostaw realizowana jest z wykorzystaniem kontraktów i narzędzi Grupy.

Sieć dostaw Grupy w modelu 3P okazała się odporna na zakłócenia w łańcuchu wartości sektora e-commerce, takie jak te, które wynikały z zamknięcia tradycyjnych punktów sprzedaży detalicznej, co przyczyniło się do znacznego wzrostu liczby transakcji, a także w czasie tradycyjnego grudniowego przedświątecznego szczytu popytu sieć dystrybucyjna pracuje zasadniczo z niewielkimi tylko wydłużeniami czasu dostaw w wybranych kategoriach. Co więcej, oprogramowanie platformy handlowej stosuje algorytm, który pozwala wiarygodnie przewidzieć czas dostawy i zapewnić konsumentom „obietnicę dostawy”, mimo że nie ma fizycznej kontroli nad zapasami. Możliwości te są stale rozwijane, o czym świadczy fakt, że w 2022 r. Allegro jest w stanie zapewnić dostawę „na czas do Świąt” przez blisko dwa dni dłużej niż w 2021 r., zwiększając tym samym sprzedaż w szczytowym okresie świątecznym.

WYJĄTKOWA KULTURA GRUPY, SKONCENTROWANA NA KUPUJĄCYCH I SPRZEDAWCACH, POPARTA JEST DOŚWIADCZENIEM ZESPOŁU ZARZĄDZAJĄCEGO I WYSOKĄ WYDAJNOŚCIĄ PRACOWNIKÓW.

Grupą kieruje wysoce doświadczony i przedsiębiorczy zespół zarządzający o uzupełniających się umiejętnościach i udokumentowanych osiągnięciach w zakresie wprowadzania innowacji. Zespół zarządzający jest w pełni skoncentrowany na pomiarze i zwiększaniu kluczowych wskaźników efektywności (KPI) i doskonale rozumie, w jaki sposób zarządzać tymi wskaźnikami, aby wzmacniać efekt koła zamachowego. Prezes, Dyrektor Generalny oraz pozostali członkowie kierownictwa posiadają bogate doświadczenie w czołowych firmach z branży e-commerce, technologicznej, konsultingowej i finansowej. Połączenie globalnego doświadczenia z lokalną wiedzą pozwoliło zespołowi na zbudowanie tego, czym Grupa jest dzisiaj – numerem jeden wśród serwisów e-commerce w Polsce, docenianym nie tylko przez kupujących i sprzedawców, ale także przez pracowników.

Zespół zarządzający Grupy stworzył kreatywne miejsce pracy dla swoich pracowników, promując zróżnicowaną, koleżeńską i przedsiębiorczą kulturę opartą na pracy zespołowej, zaangażowaniu, ciągłym rozwoju zawodowym i maksymalizacji wartości dla wszystkich interesariuszy. W wyniku ciągłego wprowadzania innowacji, testowania, sprawdzania, ulepszania i podnoszenia poprzeczki w rekrutacji Allegro stało się organizacją wymagającą, z silną marką pracodawcy, co w opinii Grupy owocuje wysokim

poziomem lojalności i dumy pracowników, a także pozyskiwaniem najwyższej klasy specjalistów z rynku. Co roku Allegro przeprowadza badanie zaangażowania (od 2022 r. jedno większe oraz mniejsze badania typu „pulse check”), które służy jako podstawowe źródło informacji o naszej firmie jako miejscu pracy. Analizując wyniki badania, jesteśmy w stanie lepiej zrozumieć, co przekłada się na zaangażowanie pracowników, a także wskazać obszary, nad którymi powinniśmy popracować. Spółka śledzi wyniki w czasie i podejmuje odpowiednie działania w reakcji na wyniki badania.

Grupa Mall prowadzi również regularne, comiesięczne badanie zadowolenia pracowników, dzięki któremu Kierownictwo może lepiej poznać poziom zaangażowania pracowników, ocenę eNPS oraz inne obszary wpływające na ogólną satysfakcję, motywację i lojalność. Wyniki ankiety są wykorzystywane przez kierowników do dalszej pracy z zespołami i wyznaczania działań. Więcej informacji przedstawiono w punkcie „Nasze podejście do kwestii środowiskowych, społecznych i ładu korporacyjnego” – Badanie zaangażowania pracowników.

LEPSZE WRAŻENIA KUPUJĄCYCH I SPRZEDAWCÓW

Celem Grupy jest oferowanie kupującym i sprzedawcom coraz lepszych rozwiązań o unikatowej wartości. Grupa będzie dążyć do osiągnięcia tego celu poprzez połączenie koncentracji na fundamentach sprzedaży detalicznej związanych z jej platformą w Polsce, wspieranych przez dopełniające je inicjatywy strategiczne i potencjalnie uzupełnianych przez ekspansję międzynarodową.

Grupa kontynuuje rozwój i inwestycje w poprawę doświadczeń kupujących i sprzedawców. Koncentruje się w szczególności na szeregu inicjatyw, w tym na:

- dalszej automatyzacji i optymalizacji kluczowych procesów obsługi sprzedawców, jak również rozwoju i udoskonalaniu narzędzi dla sprzedawców oraz usług stanowiących wartość dodaną;
- stworzeniu katalogu produktów w celu uproszczenia operacji back-end dla sprzedawców i zapewnienia podstawy do udoskonalenia wyszukiwania i alternatyw dla zakupów opartych na ofercie dla kupujących;
- rozwoju Grupy w zakresie wyszukiwania, odkrywania i konwersji sprzedaży, w tym wykorzystania wyszukiwania produktowego w oparciu o rozszerzający się katalog produktów Grupy;

- poprawie zaangażowania użytkowników mobilnej strony internetowej i aplikacji mobilnej Grupy;
- rozszerzeniu asortymentu produktów z naciskiem na wprowadzanie na platformę kolejnych sprzedawców z Polski i innych krajów;
- poprawie konkurencyjności cenowej poprzez zmniejszenie liczby produktów, w przypadku których platforma Allegro nie oferuje najniższej ceny w porównaniu z innymi miejscami sprzedaży online oraz sklepami tradycyjnymi; oraz
- wzbogacaniu programu SMART! i poprawie wrażeń kupujących w zakresie dostaw.

Plany Grupy na najbliższy okres obejmują wdrożenie jej oprogramowania wspomagającego platformę handlową oraz wspomnianego wyżej podejścia rozwoju jej propozycji wartości dla handlowców i konsumentów na rynkach obecnie obsługiwanych przez Mall i WE|DO. Proces ten ma się rozpocząć od uruchomienia czeskiej wersji platformy handlowej w 2023 roku, a następnie obejmować wdrożenia na kolejnych rynkach.

ROSNĄCE AMBICJE W OBSZARZE FINTECH DZIĘKI DALSZEMU ROZWOJOWI ALLEGRO PAY

Na przestrzeni lat Grupie udało się rozwinąć udaną działalność w zakresie usług finansowych w oparciu o model „third-party” (dostawców zewnętrznych), oferując szereg produktów dla kupujących i sprzedawców poprzez zawieranie partnerstw i innych form współpracy z czołowymi podmiotami finansowymi. Grupa uważa, że integracja usług finansowych z platformą e-commerce może przynieść znaczne korzyści, co powinno zwiększyć zaangażowanie zarówno kupujących, jak i sprzedawców, podnieść współczynnik konwersji i jeszcze bardziej wzmocnić efekt koła zamachowego. Grupa jest przekonana, że istnieje znaczący potencjał w zakresie integracji usług finansowych z jej podstawową platformą w celu lepszego wykorzystania możliwości rynkowych w Polsce.

W 2022 roku Grupa kontynuowała rozwój Allegro Pay, własnej oferty z obszaru fintech. Oferta Allegro Pay pozwala na odroczenie płatności (tzw. „Kup Teraz, Zapłać Później”, z ang. Buy Now Pay Later – „BNPL”) lub rozłożenie pożyczki na dogodnie 3, 5, 10 lub 20 miesięcznych rat, dając większą elastyczność finansową Aktywnym Kupującym oraz zapewniając bezpieczniejsze i łatwiejsze zakupy w sieci. Usługa Allegro Pay jest prosta w obsłudze dla kupujących (rejestracja zajmuje niecałą minutę, płatność dokonywana jest jednym kliknięciem, a zakup trwa niecałe 15 sekund), co przekłada się na wzrost konwersji i podejmowanie decyzji kredytowych na podstawie danych. Reakcja kupujących na Allegro Pay jest bardzo pozytywna, z wiodącym w sektorze wynikiem NPS na poziomie 93,5 w IV kwartale 2022.

W 2022 roku Allegro Pay osiągnęło kolejne kamienie milowe rozwoju i zrealizowało wszystkie kluczowe cele wyznaczone na rok 2022. W grudniu 2022 roku Allegro Pay rozszerzyło zakres współpracy z Aion Bankiem, dzięki czemu Aion Bank otrzymuje również możliwość zakupu 30-dniowych pożyczek konsumenckich typu „Kup Teraz, Zapłać Później”. Do grudnia Aion nabywał wyłącznie pożyczki ratalne o różnych okresach spłaty. Grupa oczekuje, że dzięki sprzedaży pożyczek konsumenckich typu „Kup teraz, zapłać później” do Aion w ramach rozszerzonej współpracy, wartość niespłaconych pożyczek konsumenckich, które musi finansować z własnych zasobów kapitałowych, ulegnie proporcjonalnemu zmniejszeniu. Pożyczki ratalne i BNPL sprzedane w ramach umowy z Aion są usuwane z bilansu Grupy. Dedykowane finansowanie zewnętrzne przeznaczone na dalsze szybkie udzielanie pożyczek oraz zwiększanie na przestrzeni wielu lat skali działalności Allegro Pay znacząco zmniejsza zaangażowanie kapitału obrotowego netto potrzebnego do rozwoju działalności w zakresie pożyczek konsumenckich w przyszłości. Wykorzystanie finansowania pozabilansowego znacząco zwiększa wskaźnik ROIC (Zwrot z zainwestowanego kapitału) z Allegro Pay i ma umożliwić szybszy rozwój oferty Grupy w zakresie fintech.

Również w grudniu 2022 r. Allegro Pay podpisało Term sheet z Aion Bank w celu uruchomienia usług w modelu Bank-as-a-Service („BaaS”). Term sheet określa ogólne zasady przyszłej umowy o współpracy pomiędzy Allegro Pay, Aion i Vodeno, spółką należącą do tej samej grupy kapitałowej co Aion, działającą jako podwykonawca Aion i dostawca określonych rozwiązań technicznych w branży IT. Model BaaS umożliwi Allegro Pay uruchomienie nowych produktów i usług finansowych, które są zarezerwowane dla podmiotów posiadających licencję bankową (tj. konta oszczędnościowe i płatnicze). Allegro Pay będzie działać jako dostawca usług outsourcingowych Aion i świadczyć na rzecz Aion wszelkie usługi informatyczne wymagane lub niezbędne do onboardingu klientów i zarządzania kontami poprzez platformę handlową Allegro, w tym przez aplikację mobilną. Współpraca z Aion, jako dostawcą BaaS i posiadaczem licencji bankowej, ułatwi spełnienie wymogów regulacyjnych. Produkty BaaS będą oferowane pod marką Allegro Pay (white label). Procesy i całe interakcje z klientami zostaną osadzone na platformie Allegro.

Allegro Pay i Aion zamierzają zawrzeć Umowę ustalającą ogólne zasady przyszłej współpracy w zakresie nowych produktów w modelu BaaS do 28 kwietnia 2023 r.

Dynamiczne przyspieszenie wzrostu w Allegro Pay znalazło odzwierciedlenie w przekroczeniu prognozy na 2022 rok dotyczącej wartości udzielonych pożyczek w kwocie 4 mld PLN. Saldo pożyczek brutto na koniec roku wyniosło 388,8 mln PLN (po odliczeniu wierzytelności sprzedanych do AION w 2022 r.) a łączna kwota skumulowanych pożyczek udzielonych w całym 2022 r. wyniosła 5,5 mld PLN.

W przyszłości Grupa zamierza zwiększać skalę i sprawność działania Allegro Pay w 2023 roku i w kolejnych latach.

Oprócz Allegro Pay, Grupa ma jasno określony plan rozwoju przyszłych produktów, który w najbliższym czasie będzie koncentrował się na produktach dodatkowych, takich jak dalsza ekspansja w zakresie finansowania sprzedawców, płatności i rozwiązania finansowe B2B, a także, z czasem, rozwój oferty ubezpieczeniowej.

USŁUGI REKLAMOWE

Grupa ma dość duży zasięg dzięki wysokiemu poziomowi zaangażowania użytkowników i liczbie wejść na platformę handlową. Przyczyniło się to do silnego wzrostu przychodów Grupy z działalności reklamowej. Grupa jest przekonana, że istnieje znaczny potencjał zwiększenia przychodów z usług reklamowych poprzez dalszą monetyzację tego szerokiego zasięgu, usprawnienia w technologii reklamowej oraz korzystne trendy na rynku reklamy internetowej. Grupa uważa, że jest dobrze przygotowana do zdobycia dużego udziału w reklamie cyfrowej dzięki skalowalnym, zautomatyzowanym i opartym na sztucznej inteligencji rozwiązaniom reklamowym wykorzystującym ruch, dane i katalog produktów Grupy. Do najważniejszych inicjatyw Grupy w zakresie Allegro Ads należą oferty sponsorowane (w celu zwiększenia penetracji usługi wśród sprzedawców na platformie e-commerce Grupy); wewnętrzne reklamy cyfrowe (w celu zwiększenia GMV na platformie); kampanie oparte na danych lub „DMP” (rozwój narzędzia opartego na danych umożliwiającego prowadzenie precyzyjnie ukierunkowanych kampanii CPM); reklamy zewnętrzne w sieci (dalsza skalowalność integracji Grupy z Google i Facebook Ads w celu zwiększenia ruchu na platformie e-commerce Grupy) oraz inne rozwiązania oparte na treści (w celu samodzielnego tworzenia treści związanych z konkretną marką).

Serwisy ogłoszeniowe w większości odsprzedają treści, które powstają przy minimalnych kosztach w procesie dostarczania odwiedzającym konsumentom ofert spełniających ich kryteria wyszukiwania. Możliwości zarabiania na tych treściach rosną zatem wraz ze wzrostem rynku, a koszty przyrostowe są minimalne, dzięki czemu reklamy generują strumienie przychodów o wysokiej marży, które mogą być ponownie zainwestowane w dalszy rozwój rynku.

Usługi reklamowe Grupy są świadczone przy pomocy oprogramowania głęboko zintegrowanego z funkcjonalnością platformy handlowej. W miarę jak Grupa będzie wprowadzać swoją platformę handlową do krajów obsługiwanych przez Grupę Mall, począwszy od Czech w 2023 roku, spodziewa się zwiększyć monetyzację rozwijającej się lokalnej bazy sprzedawców w każdym kraju poprzez oferowanie w odpowiednim czasie pełnego pakietu usług reklamowych.

PORÓWNYWARKI CEN

Ceneo jest czołową porównywarką cen w Polsce i jedną z najbardziej popularnych porównywarek w Europie pod względem liczby odwiedzin strony, której udało się utrzymać w 2022 roku przychody na poziomie zbliżonym do roku 2021 (tylko – 1,9% r/r), pomimo niekorzystnych uwarunkowań makroekonomicznych. Korzyści, jakie Grupa czerpie z funkcjonowania serwisu Ceneo obejmują nie tylko zwiększony ruch kierowany na platformę e-commerce Grupy, lecz także monetyzację innej części ścieżki zakupowej klienta oraz zwiększenie zasięgu reklam. Ceneo umożliwia konsumentom porównywanie cen produktów, których zakupem są zainteresowani. Sprzedawcy płacą za kliknięcia prowadzące z listy Ceneo do ich własnych sklepów internetowych, albo w oparciu o standardowe cenniki, albo poprzez licytowanie pozycji w promowanych miejscach na liście. Ponadto Ceneo świadczy usługi kasowe niektórym swoim partnerom handlowym, pobierając wyższe prowizje za przetwarzanie transakcji detalicznej z konsumentem końcowym w ich imieniu.

PROGRAM SMART! I USŁUGI W ZAKRESIE REALIZACJI DOSTAW

Program lojalnościowy SMART! odniósł znaczący sukces dzięki stale rosnącej liczbie aktywnych kupujących. Kierownictwo uważa, że istnieje duża przestrzeń do dalszego wzrostu liczby abonentów SMART! oraz wzrostu wskaźnika GMV dotyczącego produktów, które są objęte korzyściami wynikającymi z programu SMART!, takimi jak darmowa dostawa. Grupa zamierza kontynuować rozwój i wzbogacanie oferty SMART! poprzez dalszą poprawę szybkości dostaw i parametrów doświadczenia, uzupełnienie SMART! o ofertę FinTech w zakresie consumer finance w ramach Allegro Pay oraz potencjalne dodanie usług wykraczających poza platformę w celu zwiększenia zaangażowania użytkowników programu SMART!. Dzięki tym inicjatywom Grupa zamierza zwiększyć penetrację programu SMART! do poziomu co najmniej 50% polskich gospodarstw domowych w perspektywie średnioterminowej.

Ze względu na fakt, że treści są dostarczane za darmo przez sprzedawców umieszczających swoje produkty na platformie porównywania cen, usługi porównywania cen Ceneo przynosiły Grupie w przeszłości wysokie marże. Marże te i dynamika wzrostu stopniowo spadają, gdyż w ciągu ostatnich trzech lat znacząco wzrósł koszt pozyskania ruchu z wyszukiwarki e-commerce dla platformy. Zespół zarządzający Ceneo zareagował na te wyzwania, koncentrując się na inwestycjach mających na celu zwiększenie monetyzacji na wizytę poprzez rozwój usług kasowych Ceneo i optymalizację strategii pozyskiwania ruchu, skupiając uwagę na cenie i asortymencie poprzez rozszerzenie portfela najlepszych sprzedawców (np. Amazon) i zwiększanie katalogu produktów. Ponadto, efektywność jest zwiększana poprzez inwestycje w narzędzia samoobsługowe i automatyzację procesów.

Grupa zamierza kontynuować sukcesy w zakresie doświadczeń związanych z dostawami poprzez zwiększenie udziału dostaw realizowanych w ciągu jednego dnia/dwóch dni, ze szczególnym uwzględnieniem dostaw realizowanych następnego dnia, dalszy rozwój sieci automatów paczkowych oraz punktów odbioru/doręczeń, rozwój innych innowacyjnych usług w zakresie dostaw. Inicjatywy te są podejmowane przy stałej koncentracji wysiłków Grupy na modelu 3P merchant-fulfilled (realizacji zamówień przez sprzedawców), który okazał się podejściem skutecznym i niewymagającym dużych nakładów finansowych. Jednak w przypadku, gdy rozwiązania 3P oparte na oprogramowaniu i integracji nie zapewnią wystarczającej poprawy wrażeń kupujących w zakresie dostaw, lub gdy koszty jednostkowe dostaw można jeszcze bardziej obniżyć przy rozsądnych kosztach inwestycji, Grupa dokona również inwestycji kapitałowych w celu poprawy swoich możliwości.

W 2022 r. osiągnięto ważne etapy dwóch głównych inicjatyw w zakresie inwestycji kapitałowych mających na celu poprawę doświadczeń w zakresie dostaw:

- i) Komercyjne uruchomienie usługi Allegro One Fulfillment. Usługa Allegro Fulfillment jest dodatkowym narzędziem w wybranych przypadkach, np. dla sprzedawców międzynarodowych i innych wybranych sprzedawców, mającym na celu skrócenie czasu dostawy i zapewnienie dokładności w zakresie przewidywanego czasu dostawy. Fulfillment Center utworzone przez Allegro przechowuje zapasy Sprzedawców w modelu 3P, a pracownicy Allegro Fulfillment odbierają, przechowują, kompletują i wysyłają te zapasy w imieniu Sprzedawców w zamian za opłaty manipulacyjne. Pierwsza placówka Fulfillment Center Grupy zlokalizowana jest pod Warszawą i rozpoczęła pełną działalność komercyjną pod marką Allegro One Fulfillment na początku 2022 roku. Grupa zamierza osiągnąć pełną zdolność produkcyjną tego obiektu, a w zależności od popytu na usługi realizacji zamówień i pozytywnego wpływu na kluczowe wskaźniki dostaw, kosztów i finansowe, Grupa może podjąć decyzję o ewentualnej inwestycji w kolejną placówkę Fulfillment Center w przyszłości.
- ii) Inwestycje w rozwój własnej sieci automatów paczkowych. W celu zapewnienia Grupie możliwości dostarczania towarów do popularnych automatów paczkowych, które będą w pełni zintegrowane z platformą sprzedaży i aplikacją Grupy, w 2021 roku Grupa rozpoczęła uruchamianie własnej sieci skrytek na przesyłki. W ciągu 2022 r. sieć automatów paczkowych Grupy przekroczyła 2500 urządzeń, w porównaniu z liczbą nieco ponad 1000 automatów w roku 2021. Nowa usługa, oferowana pod marką Allegro One Box, rozpoczęła komercyjną realizację dostaw w listopadzie 2021 r. Inwestycja w sieć automatów paczkowych One Box umożliwiła Grupie wykształcenie pełnego zakresu kompetencji niezbędnych do budowy, zarządzania i integracji takiej sieci. Ostateczna skala inwestycji

i liczba automatów paczkowych, które mają zostać zbudowane, nie została jeszcze określona i będzie zależała od wyników w zakresie poprawy doświadczeń i zwrotu z inwestycji uzyskanych dzięki inwestycjom początkowym. Przyszłe inwestycje będą ukierunkowane na zapewnienie wygody dla klientów przy jak najniższych kosztach, przy czym Grupa nie będzie się ograniczać wyłącznie do własnej sieci, ale może również wykorzystywać sieci automatów paczkowych innych firm.

Oprócz tych dwóch głównych projektów inwestycyjnych w aktywa logistyczne i dostawcze, pod koniec 2021 roku Grupa nabyła X-press Couriers, przemianowaną później na One Kurier, lokalną firmę zajmującą się dostawami tego samego dnia, w celu uzupełnienia usług realizacji zamówień i usług związanych z automatami paczkowymi w zakresie przyspieszania dostaw. Fakt posiadania firmy One Kurier zapewnia Grupie możliwość realizacji dostaw tego samego dnia oraz zdolności w zakresie odbioru i dystrybucji. W przyszłości możliwości te będą mogły zostać wykorzystane do obsługi konkretnych przypadków zastosowań w ramach tysięcy zadań dystrybucyjnych podejmowanych każdego dnia w celu obsługi platformy handlowej, z których wszystkie są obecnie realizowane przez zewnętrznych partnerów dystrybucyjnych Grupy.

Zgodnie ze strategią ekspansji międzynarodowej Grupy, zespół Allegro Delivery Experience opracowuje obecnie rozwiązania w zakresie dostaw dla Czech i Słowacji, wspierając uruchomienie międzynarodowej platformy handlowej i programu SMART!. Celem jest umożliwienie konsumentom we wszystkich krajach obsługiwanych przez AMG wyboru wygodnych, szybkich i niedrogich metod dostawy podczas dokonywania zakupów na platformie, częściowo dzięki istniejącym możliwościom Mall i WE|DO w zakresie fulfillmentu i dostaw.

PLATFORMA TECHNOLOGICZNA

Grupa jest firmą technologiczną dysponującą światowej klasy zespołem specjalistów z zakresu rozwoju technologii (w tym zespołami zajmującymi się sztuczną inteligencją/uczeniem maszynowym, zespołami produktowymi oraz projektowymi) pracujących w pięciu centrach technologicznych w całej Polsce. Platforma technologiczna Grupy jest projektowana z wykorzystaniem paradygmatu domain-driven design (projektu opartego na budowie domeny), który umożliwia podział całej platformy na logiczne komponenty odzwierciedlające procesy biznesowe. Projekt taki zapewnia możliwe najniższy poziom zależności pomiędzy domenami, co pozwala na szybki rozwój procesów biznesowych.

Grupa dysponuje skalowalną, modułową platformą technologiczną stworzoną zasobami wewnętrznymi przedsiębiorstwa, która jest zorientowana na biznes oraz łatwa do wdrożenia i utrzymania. Architektura oparta na mikrosługach i kontenerach umożliwia szybkie, częste i niezawodne dostarczanie dużych, złożonych aplikacji, wykorzystywanych za pośrednictwem przeglądark działających zarówno na komputerach stacjonarnych, jak i urządzeniach mobilnych.

Platformy Grupy były historycznie zoptymalizowane do obsługi użytkowników w Polsce, z treściami przygotowanymi w języku polskim, jednak zespół technologiczny stopniowo rozwija i wprowadza architekturę oraz treści ułatwiające internacjonalizację platformy Allegro. Pierwszym krokiem było umożliwienie akceptacji sprzedawców i administracji w języku angielskim i chińskim, aby zachęcić międzynarodowych sprzedawców do sprzedaży transgranicznej w Polsce. W 2022 roku uruchomiony został anglojęzyczny front-end, który umożliwia anglojęzycznym kupującym z całej Unii Europejskiej wygodne zakupy na Allegro.pl. Architektura platformy angielskojęzycznej może być stosunkowo szybko powielona w celu dodania kolejnych instancji platformy w innych językach. Skalowalna architektura, gotowa na wprowadzenie dodatkowych języków i walut, aby umożliwić wdrożenie w poszczególnych krajach, pozwoliła Grupie na uruchomienie w 2022 roku ukraińskiej i czeskiej wersji językowej platformy Allegro.

Grupa pracuje nad wykorzystaniem swoich nowych możliwości w zakresie obsługi wielojęzycznej, aby wspierać wdrażanie platformy handlowej w krajach obsługiwanych obecnie przez Grupę Mall, począwszy od Czech w 2023 roku.

Autorski software stack marketplace Allegro jest rozszerzany o świadczenie usług pod nową domeną, Allegro.cz, która będzie dostępna dla czeskich konsumentów i całej bazy sprzedawców. Nowa domena będzie funkcjonować w języku czeskim, umożliwić dokonywanie płatności w koronach czeskich i integrować lokalne rozwiązania w zakresie dostaw. Sprzedawcy z Czech będą mogli rozpocząć działalność na Allegro i prowadzić sprzedaż na rynku czeskim, z możliwością rozszerzenia jej na Polskę i całą Unię Europejską, jeśli taka będzie ich wola. Marki Grupy Mall, Mall i CZC, będą wiodącymi sprzedawcami na platformie Allegro.cz po jej uruchomieniu.

Analogiczne rozwiązania zostaną wdrożone na innych rynkach, a Grupa przewiduje, że wszystkie przyszłe ulepszenia w zakresie ogólnej funkcjonalności platformy handlowej będą automatycznie tłumaczone i udostępniane na każdym rynku, na którym funkcjonuje lokalna domena. Dzięki temu koszty prac rozwojowych będą mogły się zwrócić na znacznie większym rynku adresowalnym niż tylko rynek polski i prowadzić do zwiększenia dźwigni operacyjnej związanej z platformą technologiczną i zespołem.

Grupa dąży do zapewnienia wysokiego poziomu bezpieczeństwa infrastruktury i danych w oparciu o podejście warstwowe. Ochronę platformy zapewnia wiele warstw zabezpieczeń, w tym m.in. ochrona przed atakami typu distributed denial-of-service, systemy wykrywania botów czy firewalle aplikacji webowych. Grupa dokłada wszelkich starań, aby zapewnić bezpieczeństwo konsumentom korzystającym z jej platform. Podejmuje ona środki administracyjne i techniczne w celu ochrony swoich systemów oraz przetwarzanych i przechowywanych w nich danych konsumentów. Opracowała także zasady i procedury mające na celu zarządzanie ryzykiem związanym z bezpieczeństwem danych. Grupa stosuje zabezpieczenia techniczne, które są okresowo weryfikowane przez audytorów wewnętrznych i zewnętrznych, testerów penetracyjnych oraz analityków bezpieczeństwa. Ponadto Grupa bierze udział w otwartym programie bug bounty i korzysta z usług podmiotów zewnętrznych w celu doskonalenia swoich praktyk w zakresie bezpieczeństwa oraz zapobiegania nadużyciom i ich wykrywania.

SPRZEDAŻ I MARKETING

Grupa posiada w Polsce silne marki, w tym Allegro, Ceneo i eBilet, a także marki nabyte w ramach przejęcia Grupy Mall, takie jak: Mall, Mimovrste, CZC.cz, WE|DO. Grupa nieustannie dąży do zwiększania ich rozpoznawalności zarówno wśród kupujących, jak i sprzedawców poprzez wzbogacanie i rozszerzanie oferty usług oraz wspieranie szybkiej ich akceptacji, budując przywiązanie do poszczególnych marek, prowadząc działania z zakresu public relations i nawiązując partnerstwa strategiczne. Grupa wykorzystuje również swój personel sprzedaży bezpośredniej i zespoły obsługi klienta do łatwiejszego pozyskiwania i obsługi większych sprzedawców. Marketing bezpośredni, zwłaszcza internetowy, jest równie skutecznym kanałem pozyskiwania sprzedawców. Obejmuje on reklamę graficzną, marketing w wyszukiwarkach, media społecznościowe i kampanie marketingu bezpośredniego.

EKSPANSJA GEOGRAFICZNA

Grupa ma ambicję rozwijać się poza granicami Polski w perspektywie średnioterminowej, ponieważ uważa, że wprowadzenie wspólnej i bardziej zróżnicowanej puli kupujących i sprzedawców zwiększyłoby zakres asortymentu produktów na platformie e-commerce Grupy oraz konkurencyjność cenową produktów dostępnych dla kupujących zarówno na rynku lokalnym, jak i międzynarodowym, a także umożliwiłoby bezproblemowy dostęp do wielu obszarów geograficznych sprzedawcom z Polski i z zagranicy.

Przejęcie Grupy Mall / WE|DO, sfinalizowane w kwietniu 2022 r., było istotnym krokiem dla Allegro w realizacji strategii ekspansji międzynarodowej i pozwala na zwiększenie tempa rozwoju Grupy w całej Europie. Transakcja ta pozwoli obu grupom na przyspieszenie wzrostu i rozszerzenie bazy klientów i sprzedawców w całym regionie w ramach połączonej platformy, co powinno znacznie przyspieszyć wzrost poziomu GMV w Mall poprzez rozszerzenie asortymentu i poprawę zaangażowania użytkowników w modelu 3P (third-party marketplace). Trwająca integracja Allegro z Grupą Mall i WE|DO powinno wzmocnić łączną pozycję spółek jako wiodącej platformy e-commerce dla kupujących i sprzedających w Europie Środkowo-Wschodniej. Połączone grono sprzedawców Grupy z Polski i Europy Wschodniej skorzysta z możliwości wystawienia oferty na jednej platformie i sprzedawania w całym regionie, a jednocześnie sprzedający uzyskają szerszy dostęp do rynku detalicznego o wartości 1,14 bln PLN, liczącego 70 mln konsumentów. Przejęcie powinno poprawić doświadczenie zakupowe klientów oraz zapewnić najatrakcyjniejsze ceny, a także najszerszy wybór ofert oraz maksymalną wygodę kupowania 18 milionom klientów w całym regionie.

KONCENTRACJA NA SIEDMIU PRIORYTETACH WYZNACZONYCH PRZEZ KIEROWNICTWO

Realizując strategię rozwoju Allegro, Kierownictwo koncentruje się na następujących siedmiu priorytetach. Priorytety stanowią uzgodnione cele, nad realizacją których pracuje cała Grupa:

	POLSKA	CE-5 [1]
Wzrost	1 Priorytet Wzrostowy 1 Silna pozycja w Polsce	2 Priorytet Wzrostowy 2 Sukces w Czechach i na Słowacji w modelu platformy marketplace
	3 Priorytet Wzrostowy 3 Zwiększanie skali działalności Allegro Pay	
Koszty	4 Priorytet w zakresie kosztów 4 Poprawa ekonomiki programu Smart! i dostaw	5 Priorytet w zakresie kosztów 5 Poprawa sytuacji w zakresie działalności Mall w modelu 1P
	6 Priorytet w zakresie kosztów 6 Zdolność do wzrostu	
	7 Priorytet 7 Pracownicy i kultura organizacyjna	

PRIORYTET WZROSTOWY 1: SILNA POZYCJA W POLSCE

Priorytetem dla Kierownictwa jest utrzymanie silnej pozycji i dalszy rozwój Grupy w Polsce, która jest kluczowym rynkiem dla Allegro. Grupa zamierza utrzymać udział rynkowy w tych kategoriach, w których jest już silna, a jednocześnie wzmocnić swoją obecność w kategoriach, które nie są jeszcze wystarczająco spenetrowane, takich jak zdrowie i uroda, moda oraz niechłodzone produkty spożywcze. Grupa jest przekonana, że istnieje szereg możliwości wzmocnienia obecnej pozycji biznesowej w pokrewnych obszarach, takich jak B2B oraz sąsiednie segmenty rynku, w których obecnie Allegro prowadzi działalność na mniejszą skalę. Kierownictwo widzi również potencjał w rozwoju usług reklamowych, które stanowią wysokomarżowy strumień przychodów, który może być reinwestowany w dalszy rozwój platformy handlowej w Polsce.

PRIORYTET WZROSTOWY 2: SUKCES W CZECHACH I NA SŁOWACJI DZIĘKI MODELOWI PLATFORMY HANDLOWEJ ALLEGRO 3P

Po sfinalizowaniu transakcji przejęcia Grupy Mall w kwietniu 2022 r. Grupa realizuje swoje ambicje dotyczące rozwoju poza Polską, poprzez wdrożenie platformy handlowej Allegro 3P z jej bogatą funkcjonalnością w Czechach, a następnie na Słowacji. Grupa jest przekonana, że wykorzystanie baz sprzedawców i platform Allegro, wraz z pozyskiwaniem lokalnych sprzedawców, przyczyni się do rozwoju platformy handlowej, przyciągając nowych kupujących do Grupy Mall i zwiększając udział portfela w całym rozszerzonym asortymencie. Poprzez uruchomienie platformy handlowej 3P Grupa chce przekonać czeskich, a następnie słowackich klientów o atrakcyjności zakupów na platformie handlowej Allegro.

PRIORYTET WZROSTOWY 3: ZWIĘKSZANIE SKALI DZIAŁALNOŚCI ALLEGRO PAY

Kierownictwo pozostaje zaangażowane w dalszy rozwój Allegro Pay, dążąc do przekształcenia rozwijającego się biznesu Fintech w samofinansującą się działalność przynoszącą dodatni wynik EBITDA. Grupa zamierza osiągnąć te cele poprzez rozwój nowych produktów i kontynuację wyprowadzania portfela pożyczek z bilansu Allegro. Dzięki udanej współpracy z Aion Bankiem, Allegro może rozszerzać swoją ofertę fintech, przy jednoczesnym zmniejszeniu zapotrzebowania na kapitał obrotowy. W przyszłości współpraca ta będzie dodatkowo rozwijana w modelu Banking-as-a-Service („BaaS”). To umożliwi Allegro Pay uruchomienie nowych produktów i usług finansowych, które są zarezerwowane dla podmiotów posiadających licencję bankową (tj. konta oszczędnościowe i płatnicze). W warunkach współpracy strony ustaliły, że Allegro Pay będzie działać jako dostawca usług outsourcingowych AION i świadczyć na rzecz Aion wszelkie usługi informatyczne wymagane lub niezbędne do onboardingu klientów i zarządzania kontami poprzez platformę handlową Allegro, w tym przez aplikację mobilną. Współpraca z AION, jako dostawcą BaaS i posiadaczem licencji bankowej, ułatwi spełnienie wymogów regulacyjnych.

PRIORYTET W ZAKRESIE KOSZTÓW 4: LEPSZA RENTOWNOŚĆ PROGRAMU SMART! I DOSTAW

Grupa dąży do zrównoważenia ekonomiki dostaw i programu lojalnościowego SMART! W listopadzie 2022 roku roczny abonament programu lojalnościowego został podwyższony do 59,90 zł z 49 zł. Grupa zwiększyła również minimalną wartość zamówienia do 45 zł dla dostaw poza domem oraz do 65 zł dla dostaw kurierskich, co z czasem powinno wpłynąć na zmianę struktury dostaw w kierunku tańszych metod wysyłki. Ponadto w sierpniu 2022 r. podwyższono opłaty za współfinansowanie dostaw dla handlowców, co ma na celu bardziej równomierny podział kosztów dostaw z handlowcami programu SMART!. Podczas gdy Allegro kontynuuje postępy w zakresie tempa realizacji dostaw i rozbudowy sieci automatów paczkowych One Box, a także dostępności opcji dostawy do automatów paczkowych dla wszystkich ofert na platformie, Grupa dokładnie analizuje poziom zwrotu z inwestycji w obecną sieć przed podjęciem dalszej ekspansji.

PRIORYTET W ZAKRESIE KOSZTÓW 5: POPRAWA SYTUACJI W ZAKRESIE DZIAŁALNOŚCI MALL W MODELU 1P

Grupa poświęciła wiele uwagi na poprawę sytuacji w zakresie działalności Grupy Mall w modelu 1P, dążąc do zminimalizowania negatywnego wkładu EBITDA z tej działalności w skonsolidowane wyniki Grupy. Grupa kontynuuje postępy w zakresie dostępności najlepszych sprzedawców i konkurencyjności cenowej. Nadal koncentruje się także na poprawie obrotu zapasami i obniżaniu poziomu zapasów zalegających, aby poprawić przepływy pieniężne.

PRIORYTET W ZAKRESIE KOSZTÓW 6: ZDOLNOŚĆ DO WZROSTU

W ramach priorytetu kosztowego „Zdolność do wzrostu” Grupa zastosowała podejście oparte na trzech filarach, które obejmuje efektywność organizacyjną, unikanie kosztów i poszukiwanie oszczędności oraz określanie priorytetów, w ramach którego przy podejmowaniu decyzji o alokacji kapitału portfel projektów jest poddawany ocenie pod kątem stopy zwrotu z inwestycji i ryzyka realizacji. Zwracając szczególną uwagę na koszty, Kierownictwo stara się utrzymać dyscyplinę w zakresie polityki związanej z wydatkami, wpływem środków pieniężnych oraz decyzjami dotyczącymi inwestycji kapitałowych, aby zapewnić finansowanie priorytetów rozwoju z własnych środków.

PRIORYTET 7: PRACOWNICY I KULTURA

Celem Allegro jest stworzenie jednej organizacji obejmującej 6 krajów i zapewnienie rozmieszczenia utalentowanych pracowników w strukturze, jaka powstanie po połączeniu, w sposób jak najbardziej produktywny i przejrzysty, przy jednoczesnym poszukiwaniu możliwości uzyskania efektu synergii. Kierownictwo zamierza odejść od rekrutacji poza rynkami lokalnymi, dbając jednocześnie o efektywne wykorzystanie wewnętrznych zasobów kadrowych.

[1] Chorwacja, Czechy, Węgry, Słowacja, Słowenia

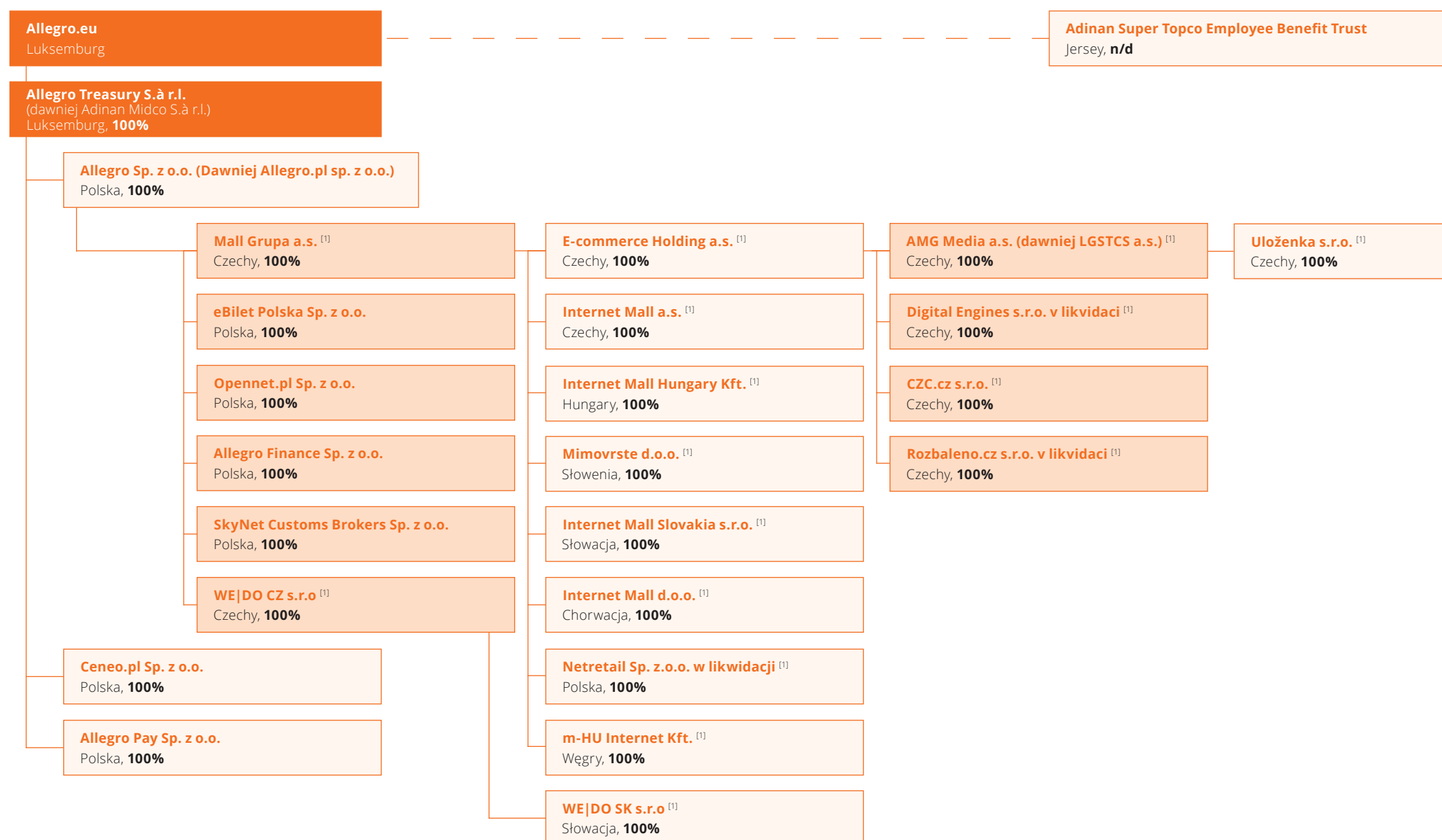
1.2. Struktura Grupy

Na dzień 31 grudnia 2022 roku w skład Grupy wchodziło Allegro.eu SA, a także pośrednicząca spółka holdingowa Allegro Treasury s.à r.l. (dawniej: Adinan Midco) z siedzibą w Luksemburgu oraz spółki prowadzące działalność operacyjną na terenie Polski – Allegro sp. z o.o. (dawniej: Allegro.pl sp. z o.o.), Allegro Pay sp. z o.o., Allegro Finance sp. z o.o., Ceneo.pl sp. z o.o., eBilet Polska sp. z o.o., Opennet.pl sp. z o.o. i „Skynet Customs Brokers” sp. z o.o., a także Segment Mall. Każda z polskich spółek operacyjnych oraz ich jednostek zależnych ma siedzibę w Polsce. Poza polskimi Spółkami Operacyjnymi, na dzień 31 grudnia 2022 roku w skład Grupy wchodziły również spółki z Segmentu Mall, które są objęte konsolidacją od 1 kwietnia 2022 roku, obejmujące firmy i marki Grupy Mall i WE|DO z branży e-commerce i logistyki, mające siedziby głównie w Czechach, na Słowacji i w Słowenii (Mall Grupa a.s., Internet Mall a.s., Internet Mall Hungary Kft., Mimovrste spletna trgovina d.o.o., Internet Mall Slovakia s.r.o., Internet Mall a.s., Netretail sp. z.o.o. w likwidacji, m-HU Internet Kft., E-commerce Holding a.s., AMG Media a.s., CZC.cz s.r.o., WE|DO s.r.o. (CZ) i WE|DO s.r.o. (SK). Jednostka Employee Benefit Trust została również objęta konsolidacją w ramach Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego Grupy.

Poniżej przedstawiono kluczowe informacje dotyczące członków Grupy, kraju ich siedziby, udziałów w kapitale zakładowym posiadanych przez Grupę na dzień 31 grudnia 2022 r. i okresów podlegających konsolidacji.

Spółki Rozbaleno, Ułożenka i Digital Engines zostały zbyte w dniu 27 października 2022 r., natomiast spółka E-commerce Holding a.s. połączyła się ze spółką Mall Grupa a.s. w dniu 31 grudnia 2022 r.

OKRES OBJĘTY KONSOLIDACJĄ 01.01.2022 – 31.12.2022



[1] Okres objęty konsolidacją 01.04.2022–31.12.2022

1.3. Kierownictwo

Allegro.eu, jako spółka założona i działająca zgodnie z prawem luksemburskim, ma jednopoziomowy (unitarny) system zarządzania, w którym Rada Dyrektorów składa się zarówno z Dyrektorów wykonawczych (zajmujących się bieżącym zarządzaniem), jak i Dyrektorów niewykonawczych (nadzorujących) – w przeciwieństwie do większości polskich spółek, w których istnieje zarówno zarząd, jak i rada nadzorcza. Na koniec 2022 roku Rada składała się z dziewięciu członków, z których trzech uznano za niezależnych.

Rada Dyrektorów posiada szerokie uprawnienia do zarządzania działalnością Spółki oraz do upoważniania i/lub wykonywania wszelkich czynności administracyjnych niezbędnych lub przydatnych do realizacji celu korporacyjnego Spółki opisanego w Umowie Spółki, z wyjątkiem spraw wyraźnie zastrzeżonych przez przepisy prawa lub Umowę Spółki dla Walnego Zgromadzenia.

Rada Dyrektorów ma szereg obowiązków, do których należy zatwierdzanie rocznego budżetu Grupy, nadzorowanie istotnych transakcji nabycia i zbycia aktywów oraz zarządzanie sprawozdaniami finansowymi Grupy.

Posiedzenia Rady odbywają się w miarę potrzeb wynikających z działalności Spółki, nie rzadziej jednak niż raz na kwartał. Obrady są ważne tylko wtedy, gdy większość dyrektorów jest obecna lub reprezentowana. Uchwały Rady podejmowane są zwykłą większością głosów dyrektorów posiadających prawo głosu, obecnych lub reprezentowanych, bez uwzględnienia głosów wstrzymujących się. W 2022 roku odbyło się 7 posiedzeń Rady.

W poniższej tabeli przedstawiono imiona, nazwiska, stanowiska, rok powołania i rok, w którym wygasa bieżąca kadencja poszczególnych dyrektorów Spółki.

Imię i nazwisko	Wiek	Rok powołania na bieżącą kadencję do Rady Dyrektorów	Rok, w którym wygasa kadencja	Data rezygnacji	Reprezentuje
Darren Huston	58	2020	2026	—	Niewykonawczy Przewodniczący Rady Dyrektorów
Roy Peticucci	60	2022	2026	—	Dyrektor Wykonawczy Dyrektor Generalny (CEO) Grupy
Jonathan Eastick	56	2020	2026	—	Dyrektor Wykonawczy Dyrektor Finansowy (CFO) Grupy
David Barker	55	2020	2026	—	Cinven
Richard Sanders	51	2020	2026	—	Permira
Paweł Padusiński	46	2020	2026	—	Mid Europa Partners
Nancy Cruickshank	52	2020	2026	—	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy
Carla Smits-Nusteling	57	2020	2026	—	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy
Pedro Arnt	50	2022	2028	—	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy
François Nuyts	50	2020	—	31 sierpnia 2022 r.	Dyrektor Wykonawczy

DARREN HUSTON

Darren Huston jest Przewodniczącym Rady Dyrektorów Grupy. Pan Huston dołączył do Grupy jako Wykonawczy Przewodniczący Rady Dyrektorów w styczniu 2017 r. i został powołany na członka Rady Dyrektorów 12 maja 2017 r., a po przekształceniu Allegro.eu w publiczną spółkę akcyjną (société anonyme) został powołany na stanowisko Dyrektora w dniu 27 sierpnia 2020 r. Wcześniej Darren Huston był Prezesem Booking.com i dyrektorem generalnym Grupy Priceline, a także pełnił różne funkcje w spółkach Microsoft (w tym funkcję CEO Microsoft Japan) oraz Starbucks i McKinsey & Company. Pan Huston jest również dyrektorem generalnym i założycielem BlackPines Capital Partners. Ma ponad 25-letnie doświadczenie w zarządzaniu.

Pan Huston posiada tytuł MBA Uniwersytetu Harvarda oraz tytuł magistra ekonomii Uniwersytetu Kolumbii Brytyjskiej.

ROY PERTICUCCI

Roy Peticucci dołączył do Allegro jako Dyrektor Generalny we wrześniu 2022 r. Jest liderem biznesu z ponad 20-letnim doświadczeniem w kierowaniu firmami z branży handlu detalicznego i e-commerce na całym świecie. Przed dołączeniem do Allegro latach 2013-2020 zarządzał europejskimi operacjami oraz Logistyką w firmie Amazon, równocześnie przez pewien czas odpowiadając za te same obszary w Ameryce Północnej. Uprzednio pełnił wysokie funkcje w dużych przedsiębiorstwach sektora handlowego, włączając w to Ahold (Albert.nl), Dixon's oraz Tesco w Europie. Swoją karierę zawodową rozpoczął jako programista w Accenture w Mediolanie, a potem jako konsultant w Boston Consulting Group w Monachium.

FRANÇOIS NUYTS

François Nuyts był Dyrektorem Generalnym Grupy do dnia 31 sierpnia 2022 r. Pan Nuyts dołączył do Grupy jako CEO w sierpniu 2018 r. i został powołany na członka Rady Dyrektorów 1 września 2020 r. Był również członkiem zarządu Allegro oraz członkiem zarządu Ceneo.pl. Pan Nuyts zrezygnował z członkostwa w Zarządzie Allegro i ze stanowiska Dyrektora Generalnego w dniu 31 sierpnia 2022 r.

JONATHAN EASTICK

Jonathan Eastick jest Dyrektorem Finansowym (CFO) Grupy. Pan Eastick dołączył do Grupy jako CFO w lutym 2018 r. i został powołany na członka Rady Dyrektorów 1 września 2020 r. Jest również członkiem zarządu Allegro oraz członkiem zarządu Ceneo.pl. Wcześniej był dyrektorem w Ernst & Young. Pan Eastick posiada ponad 30-letnie doświadczenie w finansach i zarządzaniu, w tym ponad 16-letnie doświadczenie jako dyrektor finansowy w Netii, Polskiej Telefonii Cyfrowej i Lucent Technologies Poland.

Posiada tytuł licencjata w dziedzinie handlu międzynarodowego i ekonomii rozwoju London School of Economics and Political Science oraz jest brytyjskim biegłym księgowym.

DAVID BARKER

David Barker kierował procesem zakupu Allegro przez Cinven, a od 2017 roku zasiadał w radach nadzorczych spółek operacyjnych Allegro i Ceneo.pl. W skład Rady Dyrektorów został powołany 1 września 2020 r. Pan Barker dołączył do Cinven w 1996 r.; jest partnerem i członkiem Komitetu Inwestycyjnego w Cinven. Był zaangażowany w wiele inwestycji technologicznych, medialnych i telekomunikacyjnych realizowanych przez Cinven.

Pan Barker posiada tytuł licencjata Uniwersytetu Cambridge.

RICHARD SANDERS

Richard Sanders kierował procesem zakupu Allegro przez Permirę, a od 2017 roku zasiadał w radach nadzorczych spółek operacyjnych Allegro i Ceneo.pl. W skład Rady Dyrektorów został powołany 1 września 2020 r. Pan Sanders dołączył do Permiry w 1999 r.; jest partnerem i członkiem Komitetu Inwestycyjnego. Współprzewodniczy zespołowi Technologii w Permirze i ma duże doświadczenie w tym obszarze.

Posiada tytuł magistra Uniwersytetu Oksfordzkiego oraz tytuł MBA Uniwersytetu Stanforda.

PAWEŁ PADUSIŃSKI

Paweł Padusiński kierował procesem zakupu Allegro przez Mid Europa Partners, a od 2017 roku zasiadał w radach nadzorczych spółek operacyjnych Allegro.pl i Ceneo.pl. W skład Rady Dyrektorów został powołany 1 września 2020 r. Jest partnerem w Mid Europa Partners, gdzie pracuje od 2005 roku, a także szefem warszawskiego biura firmy. Przed dołączeniem do Mid Europa Partners Pan Padusiński pracował w dziale finansów korporacyjnych w PricewaterhouseCoopers LLP w Warszawie.

Posiada tytuł magistra finansów i bankowości oraz zarządzania strategicznego Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie.

NANCY CRUICKSHANK

Nancy Cruickshank została powołana na członka Rady Dyrektorów 1 września 2020 r. Obecnie jest Wiceprezesem ds. Cyfrowych w Carlsberg; przed dołączeniem do zespołu zarządzającego pełniła funkcję NED w firmie przez 18 miesięcy. Pani Cruickshank zasiada również w zarządach Bango Plc, OnMobile Global Ltd. i Flutter Entertainment Plc. Wcześniej była dyrektorem generalnym i założycielką MyShowcase, opartej o technologię smart nowoczesnej firmy z branży kosmetycznej. Pracowała w branży cyfrowej od prawie 20 lat, w tym prowadząc Conde Nast do sieci w 1996 roku, nadzorując internetowe przedsięwzięcia Telegraph Media Grupa oraz rozwijając – w latach 2001-2006 – lidera rynku mody i kosmetyków, firmę Handbag.com, doprowadzając do jej sprzedaży Hearst Corporation w 2006 r.

Pani Cruickshank posiada tytuł licencjata z historii Uniwersytetu w Leeds.

CARLA SMITS-NUSTELING

Carla Smits-Nusteling została powołana na członka Rady Dyrektorów 1 września 2020 r. Pani Smits-Nusteling jest obecnie Przewodniczącą Zarządu Tele2 AB, Dyrektorem Niewykonawczym i Przewodniczącą Audytu w Nokia Corporation, ławnikiem Sądu ds. Przedsiębiorstw Sądu Apelacyjnego w Amsterdamie, a także Członkiem Zarządu Stichting Continuïteit Ahold Delhaize, fundacji prawa holenderskiego utworzonej w celu ochrony interesów Koninklijke Ahold Delhaize N.V. Wcześniej była Dyrektorem Niewykonawczym w ASML (2013-2021), dyrektorem finansowym i członkiem zarządu Royal KPN N.V. oraz zajmowała kilka stanowisk związanych z finansami i biznesem w Royal KPN N.V. i PostNL.

Pani Smits-Nusteling posiada tytuł magistra ekonomii biznesu Uniwersytetu Erasmus w Rotterdamie oraz tytuł Executive Master of Finance and Control Uniwersytetu VU w Amsterdamie.

PEDRO ARNT

Pedro Arnt został powołany na członka Rady Dyrektorów Emitenta 22 czerwca 2022 r. Pan Arnt od ponad 20 lat pracuje na różnych stanowiskach kierowniczych wyższego szczebla w branży technologii internetowych dla konsumentów, pełniąc od 2011 roku funkcję dyrektora finansowego MercadoLibre (MELI) – jednej z największych globalnych platform handlowych i najbardziej popularnej platformy e-commerce w Ameryce Łacińskiej pod względem liczby odwiedzających. Przed dołączeniem do MercadoLibre Pedro Arnt pracował dla Boston Consulting Grupa w biurach w Buenos Aires oraz Sao Paulo. W trakcie swojej kariery pełnił różne funkcje, zdobywając wieloletnie doświadczenie w kierowaniu zespołami od wczesnych etapów rozwoju korporacyjnego i marketingu, poprzez zarządzanie operacjami związanymi z obsługą klienta, kontynuując karierę jako Wiceprezes ds. Planowania Strategicznego, Treasury i Relacji Inwestorskich. Posiada tytuł licencjata uzyskany na Haverford College oraz tytuł magistra uzyskany na University of Oxford.

Zgodnie z zasadami zawartymi w Dobrych Praktykach Spółek Notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie wprowadziliśmy Politykę Różnorodności, która zawiera wytyczne dotyczące Różnorodności w Radzie Dyrektorów.

Celem przyświecającym powoływaniu członków Rady jest zapewnienie doboru osób o zróżnicowanej wiedzy, umiejętnościach i doświadczeniu, adekwatnych do pełnionych przez nich funkcji, tak aby zapewnić wysoką jakość działania tych organów. Podejście Allegro do różnorodności i integracji obejmuje zasady podkreślające, że różnice w poglądach i doświadczeniach osobistych (które, poza wymienionymi kryteriami, wynikają z narodowości, płci i wieku) pomagają w osiągnięciu najlepszych wyników.

OŚWIADCZENIE W SPRAWIE CELU DOTYCZĄCEGO NIEZALEŻNOŚCI RADY DYREKTORÓW

W dniu 22 września 2021 r. Rada Dyrektorów Allegro.eu zatwierdziła zmianę Regulaminu, wprowadzając nowy cel polegający na zapewnieniu co najmniej większości niezależnych dyrektorów w Radzie Dyrektorów. Rada założyła realizację tego celu w ciągu pięciu lat, do 1 września 2026 roku.

Kluczowi Członkowie Kierownictwa Wyższego Szczebla („Osoby pełniące obowiązki zarządcze”)

Oprócz kierownictwa wykonawczego w Radzie Dyrektorów Allegro.eu, za istotnych dla ustalenia, czy Grupa posiada odpowiednie kompetencje do zarządzania działalnością, uważa się następujących członków wyższej kadry kierowniczej, którzy pełnili swoje funkcje przez cały rok 2022 lub jego część.

ALVISE FAVARA

Alvise Favara dołączył do Allegro w styczniu 2022 r. jako Dyrektor Handlowy (CCO). W lutym 2022 r. został powołany na stanowisko członka zarządu Allegro sp. z o.o. (dawniej Allegro.pl sp. z o.o.).

Alvise Favara dołączył do Allegro z Amazon Germany, gdzie kierował segmentem Consumables. Przed objęciem tego stanowiska kierował ogólnoeuropejskimi procesami operacyjnymi w Amazonie, obejmującymi: zarządzanie zapasami oraz politykę dotyczącą cen, zwrotów, zapasów jak i dostawców. Był również Partnerem w McKinsey i pracownikiem naukowym na Uniwersytecie we Florencji, w tym na stanowisku badawczym w CERN i CalTech.

DAVID ROBERTS

David Roberts dołączył do Allegro w styczniu 2022 r. jako Dyrektor ds. Technologii i Produktów (CTPO). W lutym 2022 r. został powołany na stanowisko członka zarządu Allegro sp. z o.o. (dawniej Allegro.pl sp. z o.o.).

David Roberts dołączył do Allegro po czterech latach pracy w Zalando, gdzie odpowiadał za kwestie strategiczne, w tym wizję firmy, projektowanie procesów, skalowanie zespołów, a także zapewnianie rozwoju platformie. Kierował zespołem profesjonalistów odpowiadając za wiele obszarów biznesowych, takich jak: zarządzanie produktem, inżynieria, integracja, operacje, zarządzanie łańcuchem dostaw oraz innymi zespołami strategicznymi, tworząc narzędzia wspierające sprzedawców czy też poszerzanie oferty. Przed dołączeniem do Zalando David pracował w amerykańskim oddziale Amazona w dziale Engineering & Product Leadership, a wcześniej kierował zespołem inżynierskim w AOL, realizując projekty w Indiach i Chinach.

MARCIN ŁACHAJCZYK

Marcin Łachajczyk jest Dyrektorem Generalnym Ceneo.pl. Pan Łachajczyk dołączył do Ceneo w styczniu 2009 roku, a w styczniu 2013 roku został powołany na stanowisko Dyrektora Generalnego. Pan Łachajczyk posiada ponad 15-letnie doświadczenie w zarządzaniu biznesem i rozwoju produktów oraz doświadczenie w rozwijaniu działalności na rynkach międzynarodowych. Jest ekspertem w dziedzinie transformacji cyfrowej i optymalizacji procesów biznesowych w branży e-commerce oraz specjalistą w zakresie analizy danych i budowania strategii w branży e-commerce.

Pan Łachajczyk posiada tytuł inżyniera uzyskany na Politechnice Śląskiej. Ukończył także studia podyplomowe z zakresu zarządzania projektami na uczelniach WSB oraz program kształcenia kadry kierowniczej w Harvard Business School.

WOJCIECH BOGDAN

Wojciech Bogdan jest Dyrektorem ds. Danych (CDO) w Allegro. Pan Bogdan dołączył do Allegro w maju 2020 roku jako CDO; jest także członkiem zarządu spółki operacyjnej Ceneo.pl. Wcześniej Pan Bogdan zajmował stanowisko Partnera w firmie McKinsey & Company, gdzie kierował Praktyką Handlu Detalicznego i Konsumentckiego w Europie Środkowo-Wschodniej. Posiada ponad 20-letnie doświadczenie w doradztwie biznesowym w sektorze detalicznym, konsumenckim i telekomunikacyjnym, a także w zastosowaniach technologii big data i AI.

Pan Bogdan jest absolwentem Uniwersytetu Gdańskiego, gdzie uzyskał tytuł magistra ekonomii.

ZMIANA KLASYFIKACJI KLUCZOWYCH CZŁONKÓW KIEROWNICTWA WYŻSZEGO SZCZEBŁA PO PRZEJĘCIU GRUPY MALL

Po przejęciu Grupy Mall z dniem 1 kwietnia 2022 roku, Ceneo stało się relatywnie znacznie mniejszą częścią powiększonej skonsolidowanej Grupy. Aby uwzględnić tę zmianę, Grupa zmieniła skład listy Osób pełniących obowiązki zarządcze (PDMR), wykreślając z niej Członków Zarządu Ceneo. W związku z tym od 1 kwietnia 2022 roku Marcin Łachajczyk i Wojciech Bogdan nie są już uważani za Kluczowych Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla powiększonej Grupy.



1.4. Komitety Rady Dyrektorów

W Grupie funkcjonują następujące komitety: (i) komitet audytu („Komitet Audytu”) oraz (ii) komitet wynagrodzeń i nominacji („Komitet Wynagrodzeń i Nominacji”).

KOMITET AUDYTU

Do obowiązków Komitetu Audytu należy ocena: rzetelności informacji finansowych przekazywanych na zewnątrz; skuteczności systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem; oraz niezależności, obiektywności, wynagrodzenia i zakresu prac audytorów wewnętrznych i zewnętrznych Grupy. Obowiązki i zadania Komitetu obejmują w szczególności:

- przegląd i zatwierdzenie rocznego planu audytu oraz określenie wytycznych dla planów audytu na okres kilku lat,
- omawianie sprawozdań z audytu z audytorami wewnętrznymi i zewnętrznymi, jak również z kierownictwem oraz monitorowanie ich wdrażania,
- ocenę wyników pracy audytorów wewnętrznych i zewnętrznych, jak również ich wzajemnej współpracy,
- wsparcie Rady Spółki w zakresie nominacji wewnętrznych audytorów, którzy mają być przedstawieni zgromadzeniu akcjonariuszy w celu dokonania wyboru, w szczególności w odniesieniu do niezależności audytorów od Grupy, ich kwalifikacji oraz udziału wynagrodzenia za usługi niezwiązane z badaniem sprawozdań finansowych w ich całkowitym wynagrodzeniu,

- przeprowadzenie kontroli niezależności działu audytu wewnętrznego od Grupy i jednostek podlegających audytowi, a także zatwierdzenie wytycznych dotyczących pracy działu audytu wewnętrznego,
- ocenę skonsolidowanego sprawozdania finansowego, ustawowego sprawozdania finansowego i sprawozdania z działalności Spółki oraz decyzję, czy mogą być one zarekomendowane Radzie Spółki do przedłożenia zgromadzeniu akcjonariuszy,
- omawianie i ocenę sprawozdawczości w zakresie ESG i zrównoważonego rozwoju w przyszłości,
- okresową ocenę systemu kontroli wewnętrznej,
- okresowy przegląd adekwatności i bezpieczeństwa procedur Grupy dotyczących zgłaszania nieprawidłowości, wykrywania nadużyć i przeciwdziałania łapówkarstwu.

W skład Komitetu Audytu wchodził David Barker, Nancy Cruickshank (do 21.09.2022), Pedro Arnt (od 22.06.2022) oraz Carla Smits-Nusteling (która pełni funkcję przewodniczącej Komitetu Audytu).

PODSUMOWANIE DZIAŁALNOŚCI KOMITETU AUDYTU W 2022 R.

W 2022 roku Komitet Audytu odbył 6 posiedzeń w lutym, marcu, maju, czerwcu, wrześniu i listopadzie. Główne obszary zainteresowania i tematy dyskusji Komitetu były następujące:

- omówienie i zatwierdzenie kwartalnych, półrocznych i rocznych pakietów sprawozdań dla inwestorów,
- zarządzanie ryzykiem, zapewnienie zgodności z przepisami, etyka, oszustwa i cyberbezpieczeństwo,
- pogłębione analizy dotyczące konkretnych obszarów zainteresowania:
 - zapewnienie zgodności z przepisami,
 - zgłaszanie nieprawidłowości, przeciwdziałanie nadużyciom i łapówkarstwu,
 - audyty wewnętrzne,
 - zarządzanie ryzykiem,
 - płynność i finanse,
 - podatki oraz
 - szacunki i osądy przed zamknięciem roku obrotowego.
- sformalizowanie ram Kontroli Wewnętrznej Sprawozdawczości Finansowej (ICFR),
- raportowanie i monitorowanie środków zaradczych określonych na podstawie wcześniejszych audytów (ustanowienie ram i kwartalne aktualizacje),

- roczny plan audytów audytora zewnętrznego i audytu wewnętrznego,
- wyniki pracy audytorów zewnętrznych i wewnętrznych oraz (ponowne) powołanie audytora zewnętrznego dla Grupy i poszczególnych Istotnych Elementów, stosownie do sytuacji,
- roczna ocena Komitetu Audytu i roczne sprawozdanie Komitetu dla Rady.

KOMITET WYNAGRODZEŃ I NOMINACJI

Do zadań Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji należą (i) przygotowywanie i okresowe przeglądy polityki i zasad Grupy dotyczących wynagradzania oraz kryteriów dotyczących wyników w zakresie wynagrodzeń i okresowego przeglądu ich wdrażania, a także przedkładanie Radzie Spółki propozycji i rekomendacji oraz (ii) przygotowywanie wszelkich stosownych decyzji Rady Spółki w sprawie powoływania członków Rady Spółki oraz przedkładanie Radzie Spółki propozycji i rekomendacji. Rada Spółki może przekazać Komitetowi Wynagrodzeń i Nominacji dalsze uprawnienia i obowiązki. Rada Spółki może przekazać Komitetowi Wynagrodzeń i Nominacji dalsze uprawnienia i obowiązki. Dyrektor generalny i/ lub dyrektor finansowy Spółki lub dowolny członek Rady Spółki może być każdorazowo zapraszany na posiedzenia Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji jako obserwator.

W skład Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji wchodzi Nancy Cruickshank, Darren Huston oraz Carla Smits-Nusteling. W 2022 roku Darren Huston pełnił funkcję przewodniczącego Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji do 22 czerwca 2022 roku, kiedy to zrezygnował z pełnienia tej funkcji, a przewodniczącą została Nancy Cruickshank.

PODSUMOWANIE DZIAŁALNOŚCI KOMITETU WYNAGRODZEŃ I NOMINACJI W 2022 R.

W 2022 roku Komitet Wynagrodzeń i Nominacji odbył łącznie 6 posiedzenia, w dniach 28 lutego, 28 marca, 8 kwietnia, 28 czerwca, 21 września i 28 listopada. Główne obszary zainteresowania i tematy dyskusji Komitetu były następujące:

- przegląd i zatwierdzenie rocznej puli premii za rok 2021 oraz rekomendacji dotyczących wypłaty premii dla Członków Zarządu i Kluczowych Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla Allegro i Ceneo.pl,
- przegląd i zatwierdzenie wynagrodzeń Dyrektorów Allegro.eu, Członków Zarządu Allegro/Ceneo.pl oraz Kluczowych Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla za rok 2022, a także puli i nagród w ramach programu Allegro Incentive Plan na lata 2022-2024,
- przegląd i zatwierdzenie analizy porównawczej wynagrodzeń Członków Zarządu Allegro i Ceneo.pl oraz Kluczowych Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla,
- przegląd Polityki Płacowej na rok 2021 oraz proponowanych zmian do Polityki Płacowej na rok 2022,
- przegląd i zatwierdzenie zmian w AIP,
- przegląd wyników badania Zaangażowania Pracowników z 2021 r.,
- przegląd i aktualizacja Polityki i inicjatyw dotyczących Różnorodności, Równości i Włączenia społecznego
- przegląd i zatwierdzanie pakietów wynagrodzeń dla nowo zatrudnionych członków kadry kierowniczej wyższego szczebla, korekty wynagrodzeń członków kierownictwa wyższego szczebla oraz ustalenia dotyczące odejścia z pracy, jeśli dotyczy.



1.5. Akcjonariusze Spółki

Na podstawie najbardziej aktualnych dostępnych informacji, według najlepszej wiedzy Kierownictwa, akcje Grupy znajdują się w posiadaniu następujących podmiotów.

Imię i nazwisko	Liczba akcji	Udział % w kapitale zakładowym	Liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu	% głosów na Walnym Zgromadzeniu
Cidinan S.à r.l.	286 778 572	27,13%	286 778 572	27,13%
Permira VI Investment Platform Limited	286 778 572	27,13%	286 778 572	27,13%
Mepinan S.à r.l.	63 728 574	6,03%	63 728 574	6,03%
Akcje w wolnym obrocie	419 619 135	39,70%	419 619 135	39,70%
Razem:	1 056 904 853	100,00%	1 056 904 853	100,00%

Od momentu powstania jednostki dominującej w 2020 r. najwięksi indywidualni akcjonariusze Grupy należą do funduszy inwestycyjnych private equity: Cinven, Permira i Mid Europa Partners (razem „Znaczący Akcjonariusze”).

1.6. Przestrzeganie zaleceń i zasad dotyczących ładu korporacyjnego zawartych w Dobrych Praktykach Spółek Notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie

Z racji tego, że akcje Grupy są dopuszczone do obrotu wyłącznie na GPW, Grupa postanowiła nie stosować się do Dziesięciu zasad ładu korporacyjnego Giełdy Papierów Wartościowych w Luksemburgu.

Zgodnie z Regulaminem GPW Spółka, jako spółka publiczna notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, powinna przestrzegać zasad ładu korporacyjnego określonych w Dobrych Praktykach Spółek Notowanych na GPW. Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW to zbiór rekomendacji i zasad postępowania odnoszących się do organów spółek giełdowych i ich akcjonariuszy. W marcu 2021 r. wprowadzona została nowa edycja Dobrych Praktyk GPW, które weszły w życie z dniem 1 lipca 2021 r., obejmująca nowe obszary ładu korporacyjnego, m.in. klimat, zrównoważony rozwój, różnorodność w organach spółek, równość wynagrodzeń.

Zgodnie z Regulaminem GPW, spółki publiczne ujawniają informacje o stosowaniu przez nie zasad ładu korporacyjnego oraz o zakresie informacji, które mają być przekazywane. Jeżeli spółka giełdowa trwale nie stosuje określonej zasady ładu korporacyjnego lub miały miejsce przypadki naruszenia którejs z tych zasad, spółka taka zobowiązana jest poinformować o tym fakcie w raporcie bieżącym.

Zgodnie z Regulaminem GPW, 30 lipca 2021 roku Grupa opublikowała pierwszy raport zgodności z Dobrymi Praktykami 2021. Poniżej omówiono praktyki, w których Grupa nie stosowała się do Dobrych Praktyk GPW w 2022 r., ujawnione w raporcie zgodności. Ponadto, Rada na bieżąco monitoruje i ocenia kwestie zgodności działalności Grupy z Dobrymi Praktykami GPW. Do tej pory nie odnotowano żadnych przypadków trwałego lub przypadkowego naruszenia.

1.5. Spółki ujawniają co najmniej raz w roku kwoty wydatkowane przez spółkę i jej grupę na wsparcie kultury, sportu, organizacji charytatywnych, mediów, organizacji społecznych, związków zawodowych itp. Jeśli spółka lub jej grupa ponosi takie wydatki w roku sprawozdawczym, ujawnienie przedstawia listę takich wydatków.

Zasada nie była stosowana.

Komentarz Spółki: Spółka nie może zagwarantować realizacji powyższej zasady i nie zamierza ujawniać pełnej informacji o takich wydatkach, jako objętych tajemnicą handlową. Nie jest jednak wykluczone, że Spółka ujawni takie informacje w przyszłości.

2.1. W spółkach powinna być stosowana polityka różnorodności obejmująca zarząd i radę nadzorczą, zatwierdzona odpowiednio przez radę nadzorczą i walne zgromadzenie. Polityka różnorodności definiuje cele i kryteria różnorodności, m.in. płeć, wykształcenie, wiedzę specjalistyczną, wiek, doświadczenie zawodowe, a także określa terminy realizacji celów i systemy ich monitorowania. W odniesieniu do różnorodności płci w organach spółek, udział grupy mniejszościowej w każdym organie powinien wynosić co najmniej 30%.

Zasada nie była stosowana.

Komentarz Spółki: Zasada ta jest stosowana tylko częściowo. Spółka wprowadziła Politykę Różnorodności, która dotyczy Rady Dyrektorów. Polityka różnorodności definiuje cele i kryteria wymagane przez tę zasadę. Jednakże na dzień sporządzenia niniejszego oświadczenia udział kobiet w Radzie Dyrektorów osiągnął 22 % (2 z 9 dyrektorów). Spółka spodziewa się, że w przyszłości osiągnie co najmniej poziom wskaźnika różnorodności w związku z realizacją swojej Polityki Różnorodności

2.2. Decyzje o wyborze członków zarządu lub rady nadzorczej spółek powinny zapewniać różnorodność składu tych organów poprzez powoływanie osób zapewniających różnorodność, m.in. w celu osiągnięcia docelowego minimalnego udziału grupy mniejszościowej na poziomie co najmniej 30% zgodnie z celami przyjętej polityki różnorodności, o której mowa w zasadzie 2.1.

Zasada nie była stosowana.

Komentarz Spółki: Zasada ta jest stosowana tylko częściowo. Decyzje o wyborze członków Rady Dyrektorów podejmowane są z uwzględnieniem zasady różnorodności. Jednak zalecany cel minimalnego udziału mniejszości pod względem płci nie został jeszcze osiągnięty.

2.11.5. Poza czynnościami wynikającymi z przepisów prawa raz w roku rada nadzorcza sporządza i przedstawia zwyczajnemu walnemu zgromadzeniu do zatwierdzenia roczne sprawozdanie. Sprawozdanie takie uwzględnia co najmniej następujące elementy: ocenę racjonalności wydatków, o których mowa w zasadzie 1.5.

Zasada nie była stosowana.

Komentarz Spółki: Spółka zamierza zaprezentować informacje, o których mowa w zasadzie 2.11, z wyjątkiem punktu 2.11.5, ponieważ koszty, o których mowa w zasadzie 1.5 nie podlegają ujawnieniu.

4.1. Spółki powinny umożliwić akcjonariuszom udział w walnym zgromadzeniu przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej (e-walnego), jeżeli jest to uzasadnione z uwagi na zgłaszane spółce oczekiwania akcjonariuszy, o ile jest w stanie zapewnić infrastrukturę techniczną niezbędną dla przeprowadzenia takiego walnego zgromadzenia.

Zasada nie była stosowana.

Komentarz Spółki: Ze względu na problemy techniczne i organizacyjne spowodowane pandemią wirusa COVID-19, a także z uwagi na szereg ryzyk prawnych związanych z elektroniczną formą odbywania walnego zgromadzenia, Spółka nie umożliwiła akcjonariuszom czynnego udziału w walnym zgromadzeniu poza siedzibą w Luksemburgu. Spółka może wprowadzić takie rozwiązania w przyszłości, gdy ograniczenia COVID-19 zostaną zmniejszone i stanie się to praktyczne oraz pod warunkiem, że nie zostaną zidentyfikowane istotne ryzyka prawne związane z tą formą walnego zgromadzenia.

4.3. Spółka zapewnia powszechnie dostępną transmisję obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym.

Zasada nie była stosowana.

Komentarz Spółki: Ze względów technicznych i organizacyjnych Spółka nie podjęła działań umożliwiających publiczną transmisję obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym. Spółka nie wyklucza możliwości wdrożenia takich środków w przyszłości.

1.7. Niektóre relacje i transakcje z podmiotami powiązanymi

Zgodnie z MSR 24 „Ujawnianie informacji na temat podmiotów powiązanych” podmioty i osoby uważa się za powiązane ze spółką, jeżeli podmiot lub bliski krewny danej osoby:

- sprawuje kontrolę nad spółką lub uczestniczy we wspólnym zarządzaniu spółką, wywiera znaczący wpływ na tę spółkę lub zajmuje kluczowe stanowisko w kierownictwie spółki lub jednostki dominującej;
- jest podmiotem wchodzącym w skład tej samej grupy kapitałowej;
- jest stowarzyszony ze spółką w rozumieniu MSR 28 „Inwestycje w jednostkach stowarzyszonych i wspólnych przedsięwzięciach” lub jest wspólnym przedsięwzięciem, w którym spółka jest partnerem w rozumieniu MSR 31 „Udziały we wspólnych przedsięwzięciach”;
- jest, w takim samym stopniu, jak spółka, wspólnym przedsięwzięciem tych samych stron trzecich;
- jest spółką, która jest kontrolowana przez podmiot powiązany lub podlega znacznemu wpływowi tego podmiotu lub w której wspólnym zarządzaniu uczestniczy podmiot powiązany z tą spółką lub w którym osoba ta zajmuje kluczowe kierownicze stanowisko; lub
- jest funduszem emerytalnym utworzonym na rzecz pracowników spółki lub na rzecz podmiotu powiązanego z tą spółką z przeznaczeniem na wypłaty po ustaniu stosunku pracy.

Istotne transakcje i stosunki prawne, które istniały pomiędzy Grupą a wyżej wymienionymi osobami i podmiotami powiązanymi w bieżącym roku obrotowym 2022 oraz w roku poprzednim, których ujawnienie jest wymagane zgodnie z MSR 24 „Ujawnianie informacji na temat podmiotów powiązanych”, zostały przedstawione w Nocie 36 (Transakcje z Podmiotami Powiązanymi) do Roczego Sprawozdania Finansowego. Transakcje z podmiotami powiązanymi dotyczą rozliczeń z tytułu usług doradczych i zarządzania oraz udzielonych pożyczek. Wszystkie transakcje zostały zawarte na warunkach rynkowych.

Grupa zawarła następujące transakcje ze swoimi akcjonariuszami i ich podmiotami powiązanymi.

OPŁATY ZA USŁUGI DORADCZE ŚWIADCZONE PRZEZ AKCJONARIUSZY ORAZ POZOSTAŁE OPŁATY

Grupa zawarła uprzednio umowy o świadczenie usług doradczych z Cinven, Permira i Mid Europa Partners (lub w każdym przypadku z ich podmiotami powiązanymi), na mocy których podmioty te zobowiązały się do świadczenia określonych usług doradczych i konsultingowych na zlecenie Grupy. Usługi te obejmowały doradztwo i konsulting w zakresie działalności gospodarczej Grupy, analizę działalności gospodarczej Grupy w odniesieniu do otoczenia sektora e-commerce na rynku polskim i europejskim, monitorowanie wyników działalności Grupy i związane z tym usługi doradcze oraz pewne inne uzgodnione usługi.

BUSINESS OFFICE SERVICES

Allegro korzysta z usług Business Office Services S.à r.l., spółki powiązanej z Alter Domus Luxembourg S.à r.l., która jest spółką z portfela Permiry. Więcej szczegółowych informacji na temat świadczonych usług i obowiązującej umowy przedstawiono w akapicie niżej.

UMOWY RAMOWE O ŚWIADCZENIE USŁUG Z ALTER DOMUS

Spółka Alter Domus Luxembourg S.à r.l., która jest spółką portfelową Permira („Alter Domus”) i jej podmiot powiązany, Business Office Services S.à r.l., zawarły umowę o świadczenie usług, na podstawie której na rzecz Spółki świadczonych jest szereg usług, w tym udostępnienie około 80 metrów kwadratowych dedykowanej urządzonej powierzchni biurowej. Grupa korzysta z tych usług od 1 października 2020 roku. Umowa została zawarta na okres dwunastu miesięcy i podlega przedłużeniu. Umowa może zostać wypowiedziana w dowolnym momencie pierwszego lub kolejnego okresu jej obowiązywania z zachowaniem trzymiesięcznego okresu wypowiedzenia.

W dniu 21 września 2020 r. Grupa zawarła również z Alter Domus Umowę ramową o świadczenie usług, zgodnie z którą spółka Alter Domus zobowiązała się, ze skutkiem od dnia 12 października 2020 r., do świadczenia na rzecz Grupy określonej liczby usług, w tym między innymi (i) usług księgowych i sprawozdawczych, (ii) usług administracji korporacyjnej i kancelaryjnej, (iii) usług dyrektorskich, (iv) usług domicyliacji, (v) usług w zakresie zgodności z przepisami dotyczącymi podatku dochodowego od osób prawnych, (vi) usług w zakresie zgodności z przepisami dotyczącymi podatku VAT oraz (vii) usług w zakresie sprawozdawczości dotyczącej poszczególnych krajów.

CULTURE AMP LTD

W zakresie badania satysfakcji pracowników Allegro korzysta z usług Culture Amp LTD, spółki portfelowej funduszy Permira.

1.8. Postępowania sądowe

Grupa może każdorazowo być stroną różnych roszczeń i postępowań prawnych związanych z jej działalnością. Poniżej przedstawiono informacje o postępowaniach toczących się obecnie, w tym w okresie dwunastu miesięcy poprzedzających datę sporządzenia niniejszego Raportu, oraz o postępowaniach w toku lub które, według wiedzy Grupy, mogą zostać wszczęte, a które mogą mieć istotny wpływ na Grupę.

SPORY PRAWNE DOTYCZĄCE MNIEJSZOŚCIOWEGO PAKIETU UDZIAŁÓW W SPÓŁCE EBILET

Grupa wie o pewnych toczących się sporach prawnych pomiędzy osobami fizycznymi związanymi z Bola Investment Limited („Bola”) a osobą fizyczną będącą stroną trzecią („Powód”) dotyczących własności mniejszościowego pakietu udziałów w spółce eBilet sp. z o.o., która była poprzednim właścicielem spółki eBilet Polska sp. z o.o. („eBilet Polska”). Spółka eBilet Polska jest częścią Grupy od kwietnia 2019 r. Spółka eBilet sp. z o.o. nie jest i nigdy nie była częścią Grupy.

Powód złożył przeciwko Bola, osobom fizycznym związanym z Bola i Allegro dwa pozwy, tj. jeden do Sądu Okręgowego w Poznaniu i jeden do Sądu Okręgowego w Warszawie, domagając się stwierdzenia nieważności umów dotyczących zakupu udziałów w eBilet Polska zawartych pomiędzy Bola, osobami fizycznymi związanymi z Bola i Allegro. Pozew złożony w poznańskim sądzie został zwrócony, a decyzja jest już prawomocna. Sprawa prowadzona w Warszawie jest w toku. W toku tego postępowania sąd wydał postanowienie tymczasowe, na mocy którego zakazał Allegro zbywania udziałów w eBilet Polska do czasu zakończenia sporu. Decyzja ta nie jest jeszcze prawomocna. Na podstawie informacji znanych Grupie oraz oceny doradcy prawnego Grupy na dzień sporządzenia niniejszego Raportu, Grupa nie ma podstaw, by sądzić, że wynik przedmiotowej sprawy będzie miał istotny wpływ na Grupę.

POSTĘPOWANIE PRZED PREZESEM UOKiK

POSTĘPOWANIE ANTYMONOPOLOWE W ZWIĄZKU Z RZEKOMYM NADUŻYWANIEM POZYCJI DOMINUJĄCEJ POPRZEZ FAWORYZOWANIE WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI SPRZEDAŻOWEJ NA PLATFORMIE

W dniu 29 grudnia 2022 r. Prezes UOKiK wydał decyzję nakładającą na Allegro karę pieniężną w wysokości 206 169 786 PLN za naruszenie prawa ochrony konkurencji polegające na nadużywaniu przez Allegro pozycji dominującej na polskim rynku usług pośrednictwa w sprzedaży internetowej pomiędzy przedsiębiorcami a klientami indywidualnymi, oferowanych sprzedawcom na platformach handlu elektronicznego, poprzez wykorzystywanie w celu prowadzenia działalności w modelu 1P: (a) informacji na temat funkcjonowania platformy handlowej Allegro oraz zachowań kupujących na platformie, które nie były dostępne dla sprzedawców działających w modelu 3P lub były dostępne dla nich w ograniczonym zakresie; oraz (b) określonych narzędzi sprzedażowych i reklamowych platformy, które nie były dostępne dla sprzedawców działających w modelu 3P lub były dostępne dla nich w ograniczonym zakresie.. Decyzja kończy postępowanie antymonopolowe w sprawie potencjalnego nadużycia pozycji dominującej, które zostało wszczęte w grudniu 2019 r.

Allegro nie zgadza się z powyższą decyzją i w dniu 2 lutego 2023 r. odwołało się od niej do sądu pierwszej instancji, Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Allegro podtrzymuje stanowisko, że Prezes UOKiK zbyt wąsko zdefiniował rynek, Allegro nie ma pozycji dominującej i nie faworyzowało działalności prowadzonej w modelu 1P w sposób szkodliwy dla konkurencji. Od wyroku sądu pierwszej instancji przysługuje odwołanie do Sądu Apelacyjnego, a w ostateczności do Sądu Najwyższego. Sądy mogą utrzymać lub uchylić decyzję lub znacznie zmniejszyć wysokość kary pieniężnej. Kara, o ile zostanie utrzymana, stanie się wymagalna dopiero po wydaniu orzeczenia przez Sąd Apelacyjny.

Zdaniem zewnętrznego doradcy prawnego Allegro, sąd nie powinien utrzymać decyzji UOKiK, jednakże trudno jest dokładnie przewidzieć, czy decyzja ta zostanie przez sąd uchylona, czy też zmieniona. W związku z tym Kierownictwo Allegro i Grupy nie utworzyło na obecną chwilę żadnej rezerwy finansowej, ponieważ jest wysoce prawdopodobne, że kara nałożona na Allegro nie stanie się wymagalna. Ponadto zdaniem zewnętrznego doradcy prawnego Allegro, nawet jeśli decyzja UOKiK nie zostanie uchylona, sądy mają tendencję do znacznego zmniejszenia wysokości kar nakładanych przez UOKiK. Bardzo trudno jest również przewidzieć wysokość kary, na jaką może zgodzić się Sąd. Z tych powodów nie została utworzona żadna rezerwa.

POSTĘPOWANIE PRZECIWKO ALLEGRO W CELU ZBADANIA, CZY REGULAMIN ALLEGRO ZAWIERA KLAUZULE ABUZYWNE

W dniu 29 grudnia 2022 r. UOKiK wydał decyzję stwierdzającą, że klauzule modyfikacyjne stosowane w (i) Regulaminie Allegro do 22 grudnia 2022 r. oraz w (ii) Regulaminie SMART! do 21 listopada 2022 roku stanowią nieuczciwe postanowienia umowne i nie mogą być dłużej stosowane w stosunku do konsumentów. Kara nałożona na Allegro wyniosła ok. 1,2 mln PLN za klauzulę zawartą w Regulaminie Allegro oraz 2,7 mln PLN za klauzulę zawartą w Regulaminie SMART! UOKiK zobowiązał także Allegro do poinformowania konsumentów o decyzji na stronie internetowej Allegro oraz na jej profilu na Facebooku.

Allegro nie zgadza się z powyższą decyzją i odwołało się od niej do sądu pierwszej instancji, Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Allegro podtrzymuje swoje stanowisko, że klauzule modyfikacyjne nie były nieuczciwe, a kara nałożona przez Prezesa UOKiK była zbyt wysoka (nie uwzględniała istotnych okoliczności łagodzących). Od wyroku sądu pierwszej instancji przysługuje odwołanie do Sądu Apelacyjnego, a w ostateczności do Sądu Najwyższego. Sądy mogą utrzymać lub uchylić decyzję lub znacznie zmniejszyć wysokość kary pieniężnej. Kara, o ile zostanie utrzymana, stanie się wymagalna dopiero po wydaniu orzeczenia przez Sąd Apelacyjny.

Według zewnętrznego doradcy spółki, zmniejszenie wysokości kar o prawie połowę jest bardziej prawdopodobne niż ich całkowite uchylenie. W sprawozdaniu finansowym Grupy za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2022 r. utworzono rezerwę w wysokości 2,2 mln PLN.

POSTĘPOWANIE WYJAŚNIAJĄCE DOTYCZĄCE WSPÓŁPRACY ALLEGRO ZE SPRZEDAWCAMI

W dniu 3 września 2020 roku Prezes UOKiK w komunikacie prasowym poinformował, że wszczął postępowanie wyjaśniające w sprawie zasad współpracy Allegro ze sprzedawcami w celu ustalenia, czy Allegro czerpie nieuzasadnione korzyści kosztem swoich klientów. Jak wynika z komunikatu prasowego, Prezes UOKiK przeanalizuje w szczególności warunki pobierania i zwrotu opłat oraz zasady ustalania ich wysokości. W ramach postępowania wyjaśniającego Prezes UOKiK przeanalizuje również zasady funkcjonowania programu SMART!. W dniu 14 września 2020 roku Grupa otrzymała formalne zawiadomienie o wszczęciu przez Prezesa UOKiK, na podstawie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, postępowania wyjaśniającego w sprawie zasad współpracy Allegro ze sprzedawcami. W październiku 2020 roku do Allegro wpłynęły pytania związane z powyższą sprawą. Allegro spodziewa się kolejnych wniosków o udzielenie informacji od Prezesa UOKiK w przyszłości w ramach tego postępowania wyjaśniającego dotyczącego współpracy z klientami.

Postępowanie wyjaśniające jest etapem wstępnym, który nie musi prowadzić do wszczęcia formalnego postępowania przeciwko Allegro. W przypadku podjęcia przez Prezesa UOKiK decyzji o kontynuowaniu spraw objętych powyższym postępowaniem wyjaśniającym, musi on wszcząć postępowanie antymonopolowe przeciwko Allegro. Jeśli Prezes UOKiK uzna, że postępowanie Allegro było bezprawne, wyda decyzję o stwierdzeniu naruszenia, w następstwie której może zostać nałożona kara pieniężna, a także może nakazać usunięcie skutków naruszenia. Jeśli miałyby zostać nałożona kara, to zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów mogłaby ona wynieść nawet do 10% obrotów Allegro za rok obrotowy poprzedzający wydanie decyzji o naruszeniu za każde naruszenie. Jeżeli w toku postępowania wyjaśniającego Allegro zaproponuje podjęcie stosownych zobowiązań do usunięcia zarzucanego naruszenia i/lub jego skutków, sprawa może zakończyć się wydaniem przez Prezesa UOKiK decyzji zobowiązującej i odstąpieniem od nałożenia kary pieniężnej.

POSTĘPOWANIE W SPRAWIE OCHRONY KONSUMENTÓW PRZECIWKO EBILET W ZWIĄZKU Z PROCEDURĄ ZWROTU BILETÓW W CZASIE PANDEMII COVID-19

Postępowanie to stanowi kontynuację prowadzonego wcześniej postępowania wyjaśniającego dotyczącego stosowanej przez eBilet procedury zwrotu pieniędzy za imprezy odwołane z powodu pandemii COVID-19, która została uruchomiona 22 lutego 2021 r. eBilet odpowiedział na pytania zadane przez Prezesa UOKiK i przedstawił Prezesowi UOKiK argumenty prawne przemawiające za tym, że przepisy dotyczące Covid-19 powinny mieć zastosowanie również w tym przypadku. Jeśli Prezes UOKiK zaakceptuje odpowiedzi udzielone przez eBilet, postępowanie zakończy się bez podejmowania dalszych działań. W przeciwnym wypadku UOKiK wyda decyzję o stwierdzeniu naruszenia, z nałożeniem lub bez nałożenia kary pieniężnej. Jeśli miałyby zostać nałożona kara, to zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów mogłaby ona wynieść nawet do 10% obrotów eBilet za rok obrotowy poprzedzający wydanie decyzji. Prezes UOKiK może również nakazać usunięcie skutków naruszenia (np. zobowiązanie do rekompensaty dla poszkodowanych konsumentów).

Na podstawie informacji znanych Grupie oraz oceny doradcy prawnego Grupy na dzień sporządzenia niniejszego Raportu, Grupa nie ma podstaw, by sądzić, że wynik przedmiotowej sprawy będzie miał istotny wpływ na Grupę.

POSTĘPOWANIE WYJAŚNIAJĄCE DOTYCZĄCE ZASAD DZIERŻAWY NIERUCHOMOŚCI POD INSTALACJĘ AUTOMATÓW PACZKOWYCH

W dniu 6 lipca 2022 r. Allegro otrzymało pytania od Prezesa UOKiK w postępowaniu wyjaśniającym dotyczącym nieuczciwych klauzul zakazu konkurencji zawartych w umowie dzierżawy podpisanej w celu instalacji automatów paczkowych. Prezes UOKiK analizuje, czy obowiązujące zasady mogą naruszać prawo o ochronie konkurencji. Postępowanie wyjaśniające jest etapem wstępnym, który nie musi prowadzić do wszczęcia formalnego postępowania przeciwko którejkolwiek spółce. W przypadku podjęcia przez Prezesa UOKiK decyzji o kontynuowaniu spraw objętych postępowaniem wyjaśniającym, postępowanie antymonopolowe musi zostać wszczęte przeciwko konkretnej spółce lub spółkom (zakres postępowania wyjaśniającego nie wskazuje dokładnego zarzutu).

POSTĘPOWANIE WYJAŚNIAJĄCE DOTYCZĄCE OPINII KONSUMENCKICH

W dniu 22 grudnia 2021 roku Prezes UOKiK wszczął postępowanie wyjaśniające w zakresie ochrony konsumentów dotyczące: 1) warunków prezentowania i moderowania opinii konsumentów zamieszczanych na platformie Allegro.pl oraz 2) warunków udostępniania sprzedającym funkcjonalności umożliwiającej im ograniczenie możliwości zakupu towarów i usług oferowanych na platformie Allegro.pl dla niektórych konsumentów. Wraz z tym zawiadomieniem Allegro otrzymało prośbę o udzielenie informacji w wyżej wymienionych sprawach.

Postępowanie wyjaśniające jest etapem wstępnym, który nie musi prowadzić do wszczęcia formalnego postępowania przeciwko Allegro. Jeżeli Prezes UOKiK zdecyduje się na dalsze działania w sprawach objętych postępowaniem wyjaśniającym, musi wszcząć przeciwko Allegro postępowanie w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów albo klauzul abuzywnych (zakres postępowania wyjaśniającego nie wskazuje precyzyjnego zarzutu).

Jeśli Prezes UOKiK uzna, że postępowanie Allegro było bezprawne, wyda decyzję o stwierdzeniu naruszenia, w następstwie której może zostać nałożona kara pieniężna, a także może nakazać usunięcie trwających skutków naruszenia. Jeżeli kara miałaby zostać nałożona, to zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów mogłaby wynieść nawet do 10% obrotu Allegro w roku obrotowym poprzedzającym wydanie decyzji o naruszeniu, za każde naruszenie. Jeżeli w toku postępowania wyjaśniającego Allegro zaproponuje podjęcie odpowiednich zobowiązań w celu usunięcia zarzucanego naruszenia (naruszeń) i/lub naprawienia jego skutków, sprawa może zakończyć się decyzją zobowiązującą bez nakładania kary pieniężnej.

POSTĘPOWANIE WYJAŚNIAJĄCE DOTYCZĄCE DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH ZWIĄZANYCH Z ALLEGRO ONE

28 października 2022 r. Allegro otrzymało postanowienie o wszczęciu postępowania wyjaśniającego oraz pytania UOKiK w sprawie stwierdzeń marketingowych dotyczących usługi logistycznej Allegro One. UOKiK stara się ustalić, czy mogło dojść do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Wcześniej w tym roku, 7 lutego 2022 r., UOKiK zadał Allegro szereg pytań w tej samej sprawie w nieformalnym wniosku o udzielenie informacji

dotyczących wykorzystania przez Allegro aspektów ekologicznych do promocji swoich usług w zakresie automatów paczkowych. UOKiK nie uznał wyjaśnień Allegro za wystarczające uzasadnienie stwierdzeń podawanych w ramach strategii marketingowej i prowadzi dalsze postępowanie wyjaśniające. Postępowanie wyjaśniające jest etapem wstępnym, który nie musi prowadzić do wszczęcia formalnego postępowania przeciwko Allegro. Jeżeli Prezes UOKiK zdecyduje się na dalsze działania w sprawach objętych postępowaniem wyjaśniającym, musi wszcząć przeciwko Allegro postępowanie w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów (zakres postępowania wyjaśniającego nie wskazuje precyzyjnego zarzutu).

POSTĘPOWANIE WYJAŚNIAJĄCE DOTYCZĄCE PLANOWANEGO WPROWADZENIA KLAUZULI INDEKSACYJNEJ DO REGULAMINU PROGRAMU SMART!

22 listopada 2022 r. Allegro otrzymało postanowienie o wszczęciu postępowania wyjaśniającego oraz pytania Prezesa UOKiK w sprawie planowanego wprowadzenia klauzuli indeksacyjnej do Regulaminu programu SMART! Prezes UOKiK analizuje, czy mogło dojść do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów lub zastosowania klauzul abuzywnych w umowach z konsumentami. Chociaż Allegro planowało wprowadzenie klauzuli indeksacyjnej do Regulaminu programu SMART! w dniu 21 listopada 2022 r., zrezygnowało z niej w dniu 17 listopada 2022 r., o czym szeroko informowało za pośrednictwem wiadomości e-mail przesyłanych do abonentów programu SMART! oraz na stronie allegro.pl. W związku z tym klauzula indeksacyjna nie została wprowadzona do żadnej umowy z konsumentami. Postępowanie wyjaśniające jest etapem wstępnym, który nie musi prowadzić do wszczęcia formalnego postępowania przeciwko Allegro. Jeżeli Prezes UOKiK zdecyduje się na dalsze działania w sprawie objętej postępowaniem wyjaśniającym, musi wszcząć przeciwko Allegro postępowanie w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów i/lub zastosowania klauzul abuzywnych (zakres postępowania wyjaśniającego nie wskazuje dokładnego zarzutu). Do dnia sporządzenia Raportu Allegro nie otrzymało dalszej korespondencji z UOKiK w tej sprawie..

POSTĘPOWANIE WYJAŚNIAJĄCE WSZCZĘTE W 2023 R. DOTYCZĄCE ALLEGRO PAY

W dniu 27 stycznia 2023 roku Allegro Pay otrzymało postanowienie o wszczęciu postępowania wyjaśniającego wraz z pytaniami Prezesa UOKiK w sprawie warunków udzielania kredytów konsumenckich, a także ograniczenia na kilka dni korzystania z kart płatniczych jako metody spłat w Allegro Pay.

Postępowanie ma na celu zbadanie, czy działania lub Regulamin Allegro Pay mogły naruszać zbiorowe interesy konsumentów lub zawierać nieuczciwe postanowienia umowne. Postępowanie wyjaśniające jest etapem wstępnym, który nie musi prowadzić do wszczęcia formalnego postępowania przeciwko Allegro Pay. Jeżeli Prezes UOKiK zdecyduje się na dalsze działania w sprawie objętej postępowaniem wyjaśniającym, musi wszcząć postępowanie w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów i/lub zastosowania klauzul abuzywnych (zakres postępowania wyjaśniającego nie wskazuje dokładnego zarzutu). Do dnia sporządzenia Raportu Allegro Pay nie otrzymało dalszej korespondencji z UOKiK w tej sprawie.

POSTĘPOWANIE W SPRAWIE OCHRONY KONSUMENTÓW PRZECIWKO EBILET W ZWIĄZKU Z UDZIELANIEM KONSUMENTOM INFORMACJI WPROWADZAJĄCYCH W BŁĄD CO DO NAJNIŻSZEJ CENY BILETU W SERWISIE INTERNETOWYM EBILET

9 marca spółka eBilet otrzymała decyzję Prezesa UOKiK o wszczęciu postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów przeciwko spółce eBilet, a następnie wniosek o udzielenie informacji. Zarzuty Prezesa UOKiK dotyczą udzielania konsumentom wprowadzającej w błąd informacji o najniższej cenie biletu w serwisie eBilet, która nie zawiera dodatkowych (a zdaniem UOKiK – obowiązkowych) opłat. Przed podjęciem decyzji o wszczęciu postępowania Prezes UOKiK w 2022 r. zwrócił się do spółki eBilet z nieformalnym wnioskiem o udzielenie informacji, na który spółka odpowiedziała, a w wyniku którego przy cenie biletu pojawił się dodatkowy zapis informujący o możliwości naliczenia dodatkowej opłaty.

Spółka eBilet jest w trakcie analizy decyzji i przygotowywania odpowiedzi na pytania zadane przez UOKiK. Jeśli Prezes UOKiK zaakceptuje odpowiedzi udzielone przez eBilet, postępowanie zakończy się bez podejmowania dalszych działań. W przeciwnym wypadku UOKiK wyda decyzję o stwierdzeniu naruszenia, z nałożeniem lub bez nałożenia kary pieniężnej. Jeśli miałyby zostać nałożona kara, to zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów mogłaby ona wynieść nawet 10% obrotów eBilet za rok obrotowy poprzedzający wydanie decyzji. Prezes UOKiK może również nakazać usunięcie skutków naruszenia (np. zobowiązanie do rekompensaty dla poszkodowanych konsumentów). Na dzień sporządzenia Raportu potencjalny wynik postępowania jest trudny do oszacowania.

Na podstawie informacji znanych Grupie oraz oceny doradcy prawnego Grupy na dzień sporządzenia niniejszego Raportu, Grupa nie ma podstaw, by sądzić, że wynik przedmiotowej sprawy będzie miał istotny wpływ na Grupę.

NIEFORMALNE WNIOSKI O UDZIELENIE INFORMACJI KIEROWANE PRZEZ PREZESA UOKiK

W przeszłości Prezes UOKiK zwracał się do Grupy z nieformalnymi wnioskami o udzielenie informacji na temat jej działalności i może kierować podobne wnioski w przyszłości. Wnioski takie mogą dotyczyć ochrony konkurencji i/lub ochrony konsumentów.

W odniesieniu do opisanego powyżej postępowania wyjaśniającego i nieformalnych wniosków o udzielenie informacji Grupa oceniła, że nie jest prawdopodobne, aby w celu wypełnienia zobowiązania konieczny był wpływ korzyści ekonomicznych, a kwoty zobowiązania nie można na tym etapie wycenić w sposób wystarczająco wiarygodny. Dlatego nie utworzono żadnej rezerwy z tego tytułu.

W przypadku gdy Prezes UOKiK uzna odpowiedź na taki nieformalny wniosek o udzielenie informacji za niewystarczającą, może on wystosować dodatkowe nieformalne wnioski i/lub wszcząć postępowanie wyjaśniające, antymonopolowe lub postępowanie w sprawie ochrony konsumentów.



2. System zarządzania ryzykiem, czynniki ryzyka i kwestie regulacyjne

2.1. System zarządzania ryzykiem

W Grupie funkcjonuje system zarządzania ryzykiem, w ramach którego wszyscy pracownicy istotnych podmiotów wchodzących w skład Grupy uczestniczą w realizacji zadań z zakresu zarządzania ryzykiem i kontroli wewnętrznej. System zarządzania ryzykiem został zaprojektowany w sposób umożliwiający identyfikację, pomiar, monitorowanie tych rodzajów ryzyka, które mogą mieć wpływ na realizację celów strategicznych, operacyjnych, finansowych, sprawozdawczych Grupy oraz tych związanych z zachowaniem zgodności z przepisami we wszystkich jednostkach organizacyjnych i biznesowych oraz zespołach realizujących projekty rozwojowe, oraz zarządzanie wspomnianymi rodzajami ryzyka.

Nieodłączną cechą wszelkich działań podejmowanych przez Grupę jest brak pewności realizacji procesu i osiągnięcia założonych celów. Wpływ tej niepewności na procesy i ich cele jest definiowany jako ryzyko. Celem zarządzania ryzykiem jest zwiększenie prawdopodobieństwa osiągnięcia przez Grupę celów i realizacji projektów poprzez podejmowanie działań ograniczających ryzyko do akceptowalnego poziomu.

Cele przyjętego przez Grupę systemowego podejścia do zarządzania ryzykiem obejmują:

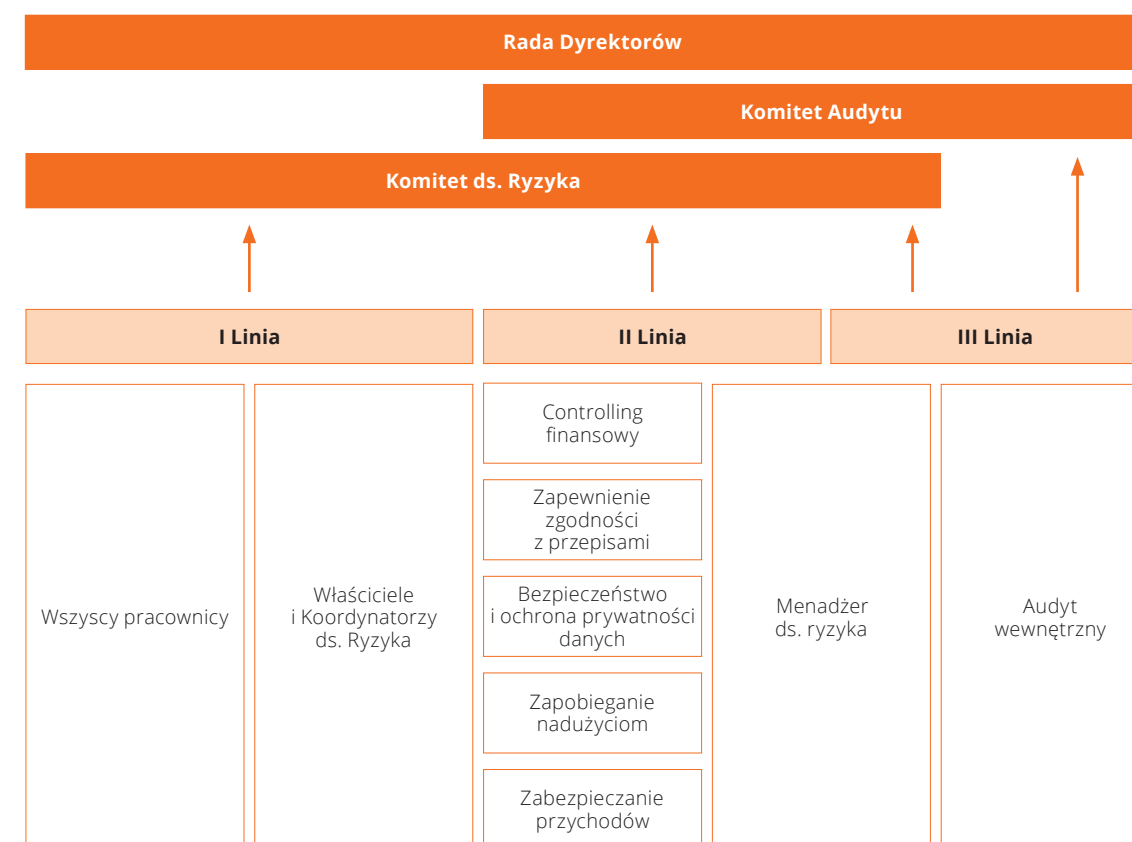
- minimalizowanie ryzyka mającego wpływ na osiągnięcie celów i realizację zadań;
- wykorzystywanie w pełni możliwości biznesowych oraz ograniczanie ryzyka utraty możliwości;
- poprawa efektywności procesów wewnętrznych poprzez opieranie się na istniejącym ładzie korporacyjnym i jego ciągłe ulepszanie;
- efektywne wykorzystanie zasobów finansowych, ludzkich i materialnych, jak również zapobieganie stratom finansowym; oraz
- podnoszenie jakości usług.

POLITYKA ZARZĄDZANIA RYZYKIEM

Grupa sformułowała politykę zarządzania ryzykiem w celu ułatwienia jej zrozumienia przez wszystkich pracowników i zapewnienia spójnego podejścia do pomiaru i ograniczania różnych rodzajów ryzyka. Polityka ta określa strukturę ramową zarządzania ryzykiem, zakres systemu zarządzania oraz jego zasady. Opisuje ona podejście do zarządzania ryzykiem stosowane przez Grupę oraz poszczególne elementy systemu.

ROLE I OBOWIĄZKI

Obowiązujący proces zapewnia odpowiedzialność za zarządzanie ryzykiem. Poniżej przedstawiono zakresy obowiązków i kompetencji osób uczestniczących w realizacji procesu. Wszyscy pracownicy Grupy są odpowiedzialni za identyfikację i raportowanie ryzyka.



W ramach przyjętego modelu zarządzania ryzykiem wyznaczone zostały następujące role i zespoły:

Rola	Zakres obowiązków w ramach zarządzania ryzykiem
Rada Dyrektorów	<ul style="list-style-type: none"> Nadzór nad ryzykiem korporacyjnym, Określenie zakresu zarządzania ryzykiem, Określenie kierunków rozwoju systemu zarządzania ryzykiem, oraz Ustalenie poziomów apetytu na ryzyko.
Komitet Audytu	<ul style="list-style-type: none"> Nadzór nad systemem kontroli wewnętrznej Grupy, w tym nad ramami zarządzania ryzykiem oraz pracą komórki Audytu wewnętrznej; Ocena skuteczności systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem; Wstępna ocena dokumentów dotyczących systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem; Ocena wyników kontroli wewnętrznych, w tym audytów wewnętrznych, oraz harmonogramów eliminacji błędów wykrytych w wybranych obszarach; Przeprowadzanie regularnych przeglądów raportów na temat ryzyka.
Komitet ds. Ryzyka	<ul style="list-style-type: none"> Definiowanie strategii zarządzania ryzykiem i przedstawianie ich do akceptacji Radzie Dyrektorów; Przegląd ryzyka operacyjnego i dostarczanie kierownictwu informacji na temat apetytu i tolerancji na ryzyko operacyjne. Identyfikacja i ocena ryzyka, na które narażona jest organizacja, a także zapewnienie zasobów niezbędnych do zarządzania ryzykiem w ogólnym ujęciu oraz do zarządzania konkretnym rodzajem ryzyka. Przeprowadzenie analizy luk w celu stwierdzenia, czy jakiś rodzaj ryzyka nie został pominięty w procesie identyfikacji. Monitorowanie profilu ryzyka Grupy – jej bieżącego i potencjalnego narażenia na wszystkie rodzaje ryzyka. Przegląd i ocena prawdopodobieństwa zmaterializowania się skutków tych rodzajów ryzyka oraz wszystkich środków pozwalających ograniczać te rodzaje ryzyka Przegląd właścicieli ryzyka i zarządzania poszczególnymi rodzajami ryzyka w celu zapewnienia wspólnego zrozumienia ról i obowiązków. Zapewnienie rozwoju kultury i świadomości ryzyka w całej spółce. Podejmowanie odpowiednich działań w celu ochrony zdrowia i życia, ograniczenia strat materialnych, przywrócenia procesów biznesowych i utrzymania reputacji w przypadku zdarzeń zagrażających bezpieczeństwu lub kryzysu.
Menadżer ds. Ryzyka	<ul style="list-style-type: none"> Prowadzenie rejestru rodzajów ryzyka dla Spółki, który powinien być aktualizowany co najmniej raz w roku lub częściej, zgodnie z zasadami zarządzania ryzykiem. Zapewnienie prawidłowego funkcjonowania procesu zarządzania ryzykiem w każdej jednostce organizacyjnej, Zapewnienie komunikacji w całym procesie zarządzania ryzykiem, Dostarczanie Kierownictwu aktualnych informacji na temat zarządzania ryzykiem, Tworzenie i ulepszanie dokumentacji systemu zarządzania ryzykiem, Określenie zakresu uprawnień do zarządzania ryzykiem i odpowiedzialności za zarządzanie ryzykiem w jednostkach, Opracowywanie, wdrażanie i koordynowanie strategii zarządzania ryzykiem we współpracy z Kierownictwem oraz weryfikacja planów ograniczania ryzyka. Wspieranie i edukowanie pracowników Grupy w zakresie budowania świadomości ryzyka oraz przestrzegania polityki i procedur zarządzania ryzykiem. Prowadzenie Rejestru Ryzyka Grupy.
Właściciel Ryzyka	<ul style="list-style-type: none"> Zarządzanie przypisanymi rodzajami ryzyka, w tym akceptacja okresowej oceny ryzyka w swoim obszarze, Akceptacja planów ograniczania ryzyka.
Koordinator ds. Ryzyka	<ul style="list-style-type: none"> Raportowanie ryzyka w ramach zarządzania ryzykiem, w tym okresowa ocena przypisanego ryzyka, Formułowanie i wdrażanie planów ograniczania ryzyka; Wdrażanie i utrzymywanie Kluczowych Wskaźników Ryzyka
Pracownik	<ul style="list-style-type: none"> Wykonywanie regularnych czynności z zakresu kontroli wewnętrznej stanowiących integralną część procesów biznesowych; Dostarczanie wymaganych informacji dla celów oceny i monitorowania ryzyka; Aktywne uczestnictwo w procesie identyfikacji i oceny ryzyka.

PROCES ZARZĄDZANIA RYZYKIEM

Właściwa identyfikacja otoczenia wpływającego na organizację oraz ryzyka, które w nim występuje, jest podstawą skutecznego wdrożenia procesu zarządzania ryzykiem i wpływa na każdy etap tego procesu. Analiza otoczenia wewnętrznego i zewnętrznego stanowi podstawę oceny ryzyka i może uwzględniać relacje z zewnętrznymi zainteresowanymi stronami, trendy wpływające na cele realizowane przez organizację, jej ład korporacyjny, strukturę i kulturę organizacyjną, a także normy, standardy i wytyczne przyjęte przez organizację.

Istotną częścią systemów zarządzania ryzykiem i kontroli wewnętrznej Grupy są następujące kluczowe grupy procesów zarządzania ryzykiem:

- Procesy identyfikacji i pomiaru ryzyka** – poszczególne rodzaje ryzyka są identyfikowane w każdym obszarze funkcjonalnym działalności Grupy, rejestrowane w Rejestrze Ryzyka Grupy oceniane zgodnie z metodologią zawartą w procedurze zarządzania ryzykiem.
- Ograniczanie i kontrola ryzyka** – dla każdego ryzyka zarejestrowanego w rejestrze właściciele ryzyka określają działania w zakresie kontroli wewnętrznej zaprojektowane i wdrożone w celu ograniczenia istniejących typów ryzyka.
- Oceny ryzyka** – dokonywane przez właścicieli ryzyka i gromadzone w systemie przez Menedżera ds. Ryzyka w celu aktualizacji rejestru ryzyka Grupy oraz sporządzania regularnych raportów na temat ryzyka. Komitet ds. Ryzyka dokonuje przeglądu raportów na temat ryzyka w okresach kwartalnych.
- Monitorowanie ryzyka** – Właściciele ryzyka są odpowiedzialni za bieżące monitorowanie ryzyka. Ich pracę nadzoruje Specjalista ds. Ryzyka w ramach okresowej oceny ryzyka, a także audyt wewnętrzny.



Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu zgodna z wymogami ESEF i dostępna na stronie www.allegro.eu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

PODEJŚCIE DO OCENY RYZYKA

Zidentyfikowane przez Grupę rodzaje ryzyka są oceniane na podstawie ich potencjalnego wpływu i prawdopodobieństwa wystąpienia. W zależności od oceny ryzyka określamy rangę każdego zarejestrowanego rodzaju ryzyka w macyzy ryzyka, dokonując tego zgodnie z metodą przedstawioną poniżej. Zgodnie z naszą polityką zarządzania ryzykiem głównym celem Zarządzania Ryzykiem jest maksymalizacja wartości dla

Grupy poprzez odpowiednie dostosowanie kosztów związanych z minimalizacją poziomu ryzyka w oparciu o częstotliwość jego oceny oraz możliwość większej koncentracji na wyżej ocenionych rodzajach ryzyka. Takie podejście do zarządzania nie eliminuje ryzyka, ale daje racjonalną, choć nie absolutną pewność, że Grupa jest w stanie zrealizować swoje cele biznesowe.

Prawdopodobieństwo	Bardzo wysokie (5)	5	10	15	20	25
	Wysokie (4)	4	8	12	16	20
	Średnie (3)	3	6	9	12	15
	Niskie (2)	2	4	6	8	10
	Niewielkie (1)	1	2	3	4	5 *
		Nieistotne (1)	Umiarkowane (2)	Istotne (3)	Wysokie (4)	Bardzo wysokie (5)
		Wpływ				

* Każdy rodzaj ryzyka, którego wpływ oceniono na 5, definiuje się jako ryzyko wysokie. Należy opracować plan ograniczania ryzyka na wypadek jego wystąpienia.

Poniższa tabela przedstawia sposób reakcji w zakresie zarządzania ryzykiem w zależności od wyników oceny ryzyka.

Poziom ryzyka	Ocena ryzyka	Reakcja w ramach zarządzania ryzykiem
Bardzo wysoki	16 – 25	Ryzyko zaklasyfikowane do tej grupy może mieć bardzo duży lub duży wpływ na osiągnięcie celów biznesowych Grupy. Te rodzaje ryzyka charakteryzują się wysokim i bardzo wysokim prawdopodobieństwem wystąpienia. Uwzględniane są one w rocznych planach audytu wewnętrznego, aby uzyskać niezależne potwierdzenie, że ryzyko zostało prawidłowo ocenione przez właścicieli ryzyka, a mechanizmy kontroli wewnętrznej funkcjonują zgodnie z oczekiwaniami. W odniesieniu do rodzajów ryzyka przypisanych do tej grupy wymagane jest opracowanie planu zapewnienia ciągłości działania oraz planu ograniczania ryzyka.
Wysoki	10 (5*) – 15	Ryzyko sklasyfikowane jako „wysokie” może mieć bardzo duży lub duży wpływ na osiągnięcie celów biznesowych Grupy. Te rodzaje ryzyka charakteryzują się średnim, wysokim lub bardzo wysokim prawdopodobieństwem wystąpienia. Uwzględniane są one w rocznych planach audytu wewnętrznego, aby uzyskać niezależne potwierdzenie, że ryzyko zostało prawidłowo ocenione przez właścicieli ryzyka, a mechanizmy kontroli wewnętrznej funkcjonują zgodnie z oczekiwaniami. W odniesieniu do rodzajów ryzyka przypisanych do tej grupy wymagane jest opracowanie planu zapewnienia ciągłości działania oraz planu ograniczania ryzyka.
Średni	5 – 9	Grupa ta obejmuje rodzaje ryzyka mające duży, istotny lub umiarkowany wpływ na realizację celów Grupy. Te rodzaje ryzyka charakteryzują się niskim, średnim lub wysokim prawdopodobieństwem wystąpienia. Nie dotyczy to rodzajów ryzyka, których wpływ oceniono na 5, tj. tych, których poziom jest automatycznie uznawany za „wysoki”.
Niski	1 – 4	Grupa ta obejmuje rodzaje ryzyka mające istotny, umiarkowany lub nieistotny wpływ na realizację celów Grupy. Te rodzaje ryzyka charakteryzują się niewielkim, niskim i średnim prawdopodobieństwem wystąpienia.

* Każdy rodzaj ryzyka, którego wpływ oceniono na 5, definiuje się jako ryzyko wysokie. Należy opracować plan ograniczania ryzyka na wypadek jego wystąpienia.

NADZÓR I OCENA SYSTEMÓW ZARZĄDZANIA RYZYKIEM, KONTROLI WEWNĘTRZNEJ I ZAPEWNIENIA ZGODNOŚCI ORAZ FUNKCJI AUDYTU WEWNĘTRZNEGO

Rada Dyrektorów monitoruje, poprzez Komitet Audytu, i okresowo ocenia systemy wewnętrzne: Zarządzania ryzykiem, Zapewnienia zgodności i Kontroli Wewnętrznej oraz Audytu Wewnętrznego.

Ocena dokonywana jest na podstawie:

- dedykowanych sesji pogłębionych poświęconych każdemu z tematów, organizowanych w trakcie spotkań Komitetu Audytu w ciągu roku, których wyniki są przekazywane Radzie Dyrektorów
- corocznej oceny przez Audyt Wewnętrzny koncepcji i wdrożenia zbioru mechanizmów kontroli wewnętrznej wskazanych przez Kierownictwo Wyższego Szczebla jako kluczowe dla sporządzania sprawozdań finansowych
- przeglądu raportów z działań poświadczających Audytu Wewnętrznego, przeprowadzonych zgodnie z rocznym planem opartym na analizie ryzyka, obejmujących (między innymi) wybrane raporty i mechanizmy kontroli operacyjnej z zakresu Zarządzania ryzykiem
- zbiorczych wyników dotychczasowych działań Audytu Wewnętrznego i związanych z nimi środków zaradczych, raportowanych kwartalnie na posiedzeniach Komitetu Audytu przez Menadżera ds. Audytu Wewnętrznego

- regularnych raportów na temat incydentów, braków w mechanizmach kontrolnych lub wątpliwości dotyczących zapewnienia zgodności, przedstawianych kwartalnie na posiedzeniach Komitetu Audytu przez Dyrektora ds. Bezpieczeństwa, który nadzoruje obszar Zarządzania ryzykiem i Zapewnienia zgodności
- rozmów z Menadżerem ds. Ryzyka i Menadżerem ds. Audytu Wewnętrznego na temat pojawiających się rodzajów ryzyka i rodzajów ryzyka uwzględnionych w rocznym planie audytu oraz ich reprezentacji w procesie zarządzania ryzykiem, przeprowadzane przynajmniej raz w roku w trakcie zatwierdzania rocznego planu audytu
- comiesięcznych spotkań podsumowujących pomiędzy Przewodniczącym Komitetu Audytu a Menadżerem ds. Audytu Wewnętrznego, omawiających stan realizacji planu audytu oraz zaistniałe problemy
- przeglądu wyników samooceny przedstawionych przez Audyt Wewnętrzny

W wyniku tych przeglądów Rada uznała, że stosowane przez Spółkę systemy Zarządzania ryzykiem, Zapewnienia zgodności oraz Kontroli Wewnętrznej, jak również funkcja Audytu Wewnętrznego są odpowiednio, biorąc pod uwagę obecną sytuację Grupy. W szczególności Rada zgadza się z oświadczeniem kierownictwa, że środowisko Kontroli wewnętrznej umożliwia wykrywanie i zapobieganie oszustwom i błędom, które mogłyby prowadzić do istotnych zniekształceń w sprawozdaniach finansowych.

POLITYKA ZARZĄDZANIA RYZYKIEM ODNOSZĄCA SIĘ DO OSTATNIO ZREALIZOWANYCH I PRZYSZŁYCH PRZEJĘĆ

Celem Grupy jest stosowanie opisanej powyżej Polityki zarządzania ryzykiem we wszystkich spółkach operacyjnych Grupy. Jednocześnie Grupa zdaje sobie jednak sprawę, że w przypadku przejmowanych spółek lub przedsięwzięć wprowadzenie Polityki zarządzania ryzykiem Grupy wymaga zazwyczaj czasu, niezależnie od tego, czy rozpoczyna się od zera, czy też polega na modyfikacji procesu zarządzania ryzykiem istniejącego wcześniej w przejmowanym podmiocie. Ponadto Grupa zdaje sobie sprawę, że w krótkim okresie czasu, bezpośrednio po dokonaniu przejęcia, rozsądnym rozwiązaniem może być skupienie się na innych priorytetach, takich jak opracowanie skutecznego procesu integracji po połączeniu, pozyskanie kluczowego personelu lub osiągnięcie synergii przynoszących szybkie korzyści, przed przystąpieniem do zapewnienia zgodności w zakresie procedur.

W związku z powyższym, na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania przedstawiona powyżej ocena ryzyka wynikająca z zastosowania Polityki zarządzania ryzykiem w Grupie nie obejmuje jeszcze spółek X-Press Couriers Sp. z o.o., „Skynet Custom Brokers” Sp. z o.o. nabytej w październiku 2021 roku, eBilet Polska Sp. z o.o., Opennet.pl Sp. z o.o., Mall Grupa a.s. lub WE|DO CZ s.r.o.,

Niemniej jednak Czynniki ryzyka przedstawione poniżej w punkcie 2 odzwierciedlają wiedzę Kierownictwa Grupy na temat ryzyka związanego z dokonanymi w ostatnim czasie lub zapowiedzianymi przejęciami. Grupa nie może jednak zagwarantować, że niniejszy Roczny Raport Zarządu zawiera wszystkie rodzaje ryzyka, które zostałyby zidentyfikowane, gdyby Polityka zarządzania ryzykiem Grupy została w pełni zastosowana w odniesieniu do przejęć zrealizowanych w ostatnim okresie oraz przyszłych przejęć zapowiedzianych na moment sporządzenia niniejszego Roczno Raportu Zarządu.

2.2. Czynniki ryzyka

RYZYKA ZWIĄZANE Z DZIAŁALNOŚCIĄ GRUPY I JEJ BRANŻĄ

NA POLSKIM RYNKU HANDLU DETALICZNEGO ORAZ W SEGMENTIE E-COMMERCE PANUJE DUŻA KONKURENCJA, A ZDOLNOŚĆ GRUPY DO SKUTECZNEGO KONKUROWANIA ZALEŻY OD WIELU CZYNNIKÓW ZARÓWNO WEWNĘTRZNYCH, JAK I POZOSTAJĄCYCH POZA JEJ KONTROLĄ.

Polski sektor handlu detalicznego, w tym segment e-commerce, jest rozdrobniony i charakteryzuje się silną konkurencją. Grupa konkuruje ze zróżnicowaną grupą firm detalicznych działających stacjonarnie oraz za pośrednictwem wielu kanałów dystrybucji, takich jak RTV Euro AGD, Media Expert, Biedronka, Empik, SMYK, LPP oraz firm z sektora e-commerce, takich jak Alibaba, Amazon i eBay, które oferują szeroką gamę kategorii produktowych, a także specjalistycznych firm z sektora e-commerce, takich jak Zalando, Modivo i Oponeo.pl. Konkurencja stale się nasila, co przejawia się między innymi w opracowywaniu nowych modeli biznesowych oraz we wchodzeniu na rynek nowych podmiotów konkurencyjnych dysponujących dużymi środkami finansowymi. Konkurenci Grupy mogą się łączyć lub zawierać sojusze, a duże spółki o ugruntowanej pozycji z innych regionów geograficznych lub segmentów rynku mogą dążyć do zwiększenia swojej obecności i inwestycji w Polsce. Niektórzy z obecnych i potencjalnych konkurentów Grupy dysponują większymi zasobami, prowadzą działalność na skalę globalną, mają dłuższą historię, większą globalną liczbę użytkowników i/lub są bardziej rozpoznawalni niż Grupa, a ponadto mogą uzyskać lepsze warunki od dostawców, stosować bardziej agresywną politykę cenową oraz przeznaczać więcej środków na technologię, infrastrukturę, dostawy, realizację zamówień i marketing niż Grupa. Wielonarodowe firmy konkurencyjne z sektora handlu elektronicznego, które do tej pory nie wdrożyły w pełni w Polsce wysokonakładowych modeli biznesowych, jakie stosują w innych krajach, mogą zdecydować się na taki krok w przyszłości, wykorzystując istniejącą już w Polsce

lub w innych krajach Europy infrastrukturę dostawczą i logistyczną w celu skrócenia czasu realizacji dostaw lub inwestując w rozszerzenie istniejących modeli infrastruktury na rynek polski. Wspomniane wielonarodowe firmy konkurencyjne mogą również wprowadzać programy lojalnościowe i programy bezpłatnych dostaw podobne do programów oferowanych obecnie przez Grupę oraz mogą zintensyfikować działania mające na celu zachęcenie sprzedawców Grupy do wystawiania produktów na ich platformach. Na reputację Grupy, jej markę i działalność mogą negatywnie wpłynąć agresywne strategie marketingowe i komunikacyjne konkurentów. Mogą pojawić się nowe firmy wchodzące na rynek, a niektórzy z obecnych mniejszych konkurentów Grupy mogą zostać przejęci przez dobrze ugruntowane i dysponujące odpowiednimi środkami finansowymi spółki lub inwestorów, którzy wzmocnią ich pozycję konkurencyjną, a także mogą być przedmiotem inwestycji ze strony tych spółek lub inwestorów lub nawiązać z nimi strategiczne relacje.

Ponadto nowe i zaawansowane technologie, w tym usługi obliczeniowe dotyczące wyszukiwania, sieci i infrastruktury, treści cyfrowe i urządzenia elektroniczne stale wzmagają konkurencję, na jaką narażona jest Grupa. Internet ułatwia wejście na rynek konkurencji i dokonywanie zakupów z wykorzystaniem porównywarek, co zwiększa zdolność nowych, mniejszych lub mniej znanych podmiotów do konkurowania z Grupą.

W wyniku wystąpienia któregokolwiek z powyższych czynników, samodzielnie lub łącznie, Grupa może nie być w stanie skutecznie oferować swoich produktów i usług, może nie pozyskać lub utracić klientów, a także może być zmuszona do zwiększenia nakładów lub obniżenia marży, co z kolei może istotnie zmniejszyć zyski Grupy.

Grupa uważa, że jej zdolność do skutecznego konkurowania będzie uzależniona zarówno od czynników, na które ma ona wpływ, jak i tych pozostających poza jej kontrolą, w tym między innymi od:

- reputacji i marki Grupy oraz skali jej działalności na rynku lokalnym w porównaniu z konkurentami Grupy;
- wielkości i struktury bazy nabywców Grupy oraz od tego, czy Grupa jest w stanie zwiększyć częstotliwość zakupów dokonywanych przez konsumentów;
- struktury bazy sprzedawców Grupy oraz późniejszego wpływu bazy sprzedawców na asortyment i ceny produktów oferowanych przez Grupę na jej stronach internetowych;
- tego, czy Grupa będzie w stanie zaoferować konsumentom i sprzedawcom wygodne, skuteczne i niezawodne rozwiązania w zakresie sprzedaży elektronicznej oraz tego, czy Grupa będzie w stanie dostosować się do zmieniających się preferencji konsumentów;

- tego, czy platforma Grupy jest postrzegana jako atrakcyjny kanał dystrybucji dla sprzedawców Grupy, w tym od konkurencyjności, w mniemaniu sprzedawców, obecnych lub przyszłych stawk prowizyjnych Grupy;

- tego, czy Grupa prowadzi skuteczne i efektywne kosztowo działania reklamowe i marketingowe w celu pozyskania nowych konsumentów i sprzedawców;

- odpowiednio szybkiego rozwoju nowych i istniejących technologii oraz zarządzania nimi;

- tego, czy działalność Grupy w zakresie dostaw do automatów paczkowych i realizacji zamówień, w tym dystrybucji, płatności i obsługi klienta, jest efektywna, niezawodna i zapewnia satysfakcjonującą jakość usług;

- ram prawnych dotyczących sektora e-commerce i powiązanych przepisów regulujących odpowiedzialność, obowiązki i nadzór nad Grupą; oraz

- tego, czy Grupa będzie w stanie zaoferować dogodny metody płatności wszystkim konsumentom i sprzedawcom.

Każde niepowodzenie w podejmowaniu właściwych działań w odniesieniu do tych czynników oraz w skutecznym konkurowaniu z obecnymi lub przyszłymi firmami konkurencyjnymi może mieć negatywny wpływ na zdolność Grupy do pozyskiwania i utrzymywania konsumentów i sprzedawców oraz spowodować konieczność wprowadzenia niższych cen za usługi świadczone przez Grupę, co z kolei może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

AMAZON I INNE FIRMY Z BRANŻY E-COMMERCE MOGĄ ZINTENSYFIKOWAĆ SWOJĄ DZIAŁALNOŚĆ, STANOWIĄCĄ BEZPOŚREDNIĄ KONKURENCJĘ DLA ALLEGRO W SEGMENTE E-COMMERCE W POLSCE, CO MOŻE DOPROWADZIĆ DO ISTOTNEJ ZMIANY NASZYCH PRZYSZŁYCH WYNIKÓW FINANSOWYCH W ZAKRESIE WZROSTU, MARŻ I PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH

W marcu 2021 r. firma Amazon Inc. („Amazon”) uruchomiła serwis Amazon.pl, po wcześniejszym zaproszeniu sprzedawców do zarejestrowania się na specjalnej platformie centralnej przeznaczonej dla sprzedawców. W październiku 2021 roku serwis Amazon.pl uruchomił w Polsce program lojalnościowy Amazon Prime, którego cel jest podobny do celu programu SMART! realizowanego przez Grupę Program zwiększenia częstotliwości zakupów i wzmacniania lojalności wśród aktywnych kupujących. Przez cały rok 2022 Amazon kontynuował rozwój działalności w Polsce, dodając do swojego portfela nowe produkty i uruchamiając pierwszą polską edycję Amazon's Prime Day, czyli akcji promocyjnej spółki, w ramach której oferowane są zniżki na tysiące produktów oraz reklamując serwis streamingowy Amazon Prime Video i treści na nim zawarte. Ponadto sieć centrów realizacji zamówień prowadzonych przez Amazon w Polsce, głównie w celu obsługi niemieckiego segmentu e-commerce, umożliwiła dostarczenie znacznej części asortymentu sprzedawanego na Amazon.de w ciągu jednego lub dwóch dni roboczych. W wyniku tych zmian Grupa spodziewa się stopniowego nasilania się konkurencji ze strony Amazon.

We wrześniu 2021 r. spółka SEA Limited („SEA”) weszła do polskiego segmentu e-commerce, uruchamiając swoją platformę handlową Shopee.pl. Shopee wprowadziło swoją aplikację mobilną dedykowaną rynkowi e-commerce w Polsce, początkowo oferując darmowe dostawy bez minimalnej wartości zamówienia i dążąc do przyciągnięcia konsumentów poprzez kupony rabatowe na pierwsze zakupy oraz lokalnych sprzedawców, oferując promocyjne warunki na początku współpracy bez prowizji i opłat abonamentowych. W 2022 r. Shopee wprowadziło istotne zmiany w swojej strategii wczesnego wejścia na rynek, wprowadzając minimalną wartość zamówienia uprawniającą do darmowej dostawy oraz prowizje dla sprzedawców. W styczniu 2023 r. Shopee ogłosiło zamiar wycofania się z Polski i zakończenia działalności w tym kraju. Pomimo tych wydarzeń, Grupa nie może wykluczyć, że w przyszłości na wejście na polski rynek e-commerce zdecydują się także inne firmy międzynarodowe, co może spowodować nasilenie się konkurencji.

Ponadto Grupa nie może wykluczyć, że w przyszłości SEA podejmie kolejną próbę wejścia do polskiego lub środkowoeuropejskiego segmentu e-commerce.

Co jakiś czas inne platformy e-commerce, takie jak Aliexpress, Erli czy Wszystko.pl, ogłaszają swoje plany związane z konkurowaniem w polskiej przestrzeni e-commerce. Grupa nie jest w stanie dokładnie oszacować potencjalnego wpływu wzmożonej konkurencji ze strony Amazon lub innych firm działających w branży e-commerce na jej wyniki finansowe i operacyjne. Podobnie jak w przypadku każdego innego podmiotu konkurencyjnego poziom inwestycji Amazon w pozyskiwanie klientów i zwiększanie sprzedaży, wraz z wybraną przez niego strukturą marketingową, może mieć pośredni wpływ na wyniki osiągnięte przez Grupę.

Grupa jest przekonana, że dzięki realizowanej od kilku lat strategii rozwoju jest dobrze przygotowana do stawienia czoła zaostrzającej się konkurencji ze strony Amazon i innych firm. Allegro pozostaje najważniejszym punktem kontaktowym dla konsumentów dokonujących zakupów online w Polsce, oferując szeroki i stale rosnący wybór z ponad 290 milionów ofert na koniec 2022 r., dostępnych w bardzo atrakcyjnych cenach, z wygodną dostawą i konkurencyjnymi stawkami prowizji od sprzedaży. Oczekuje się, że powyższe czynniki, w połączeniu ze stosunkowo długim czasem realizacji zamówień na produkty pochodzące z zagranicy oraz przyzwyczajeniem polskich konsumentów do doświadczeń użytkownika i jakości obsługi klienta zapewnianych przez Allegro, będą stanowiły znaczącą ochronę przed zdobyciem przez zagranicznych konkurentów znaczącego udziału w polskim segmencie e-commerce.

Przy opracowywaniu budżetów i określaniu oczekiwań co do wyników finansowych Grupy na rok 2023 i kolejne lata Grupa kierowała się własnym osądem, przyjmując racjonalne założenia dotyczące konkurencji ze strony innych firm e-commerce i wpływu, jaki będzie to miało na jej wyniki i działalność. Grupa może jednak popełnić błąd w swoich założeniach przyjętych na etapie planowania, a wpływ wzmożonej konkurencji może mieć istotnie bardziej niekorzystny niż obecnie zakładany wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

DZIAŁALNOŚĆ GRUPY OPIERA SIĘ NA SILNEJ MARCE, KTÓREJ GRUPA MOŻE NIE BYĆ W STANIE UTRZYMAĆ LUB WZMOCNIĆ DZIĘKI INWESTYCJOM MAJĄCYM NA CELU ZWIĘKSZENIE ŚWIADOMOŚCI MARKI, A NIEKORZYSTNE INFORMACJE ZWROTNE OD SPRZEDAWCÓW LUB KONSUMENTÓW BĄDŹ NEGATYWNE OPINIE MOGĄ MIEĆ ISTOTNY NIEKORZYSTNY WPŁYW NA JEJ MARKĘ.

Grupa jest zdania, że marka Allegro, pod którą działa, w znacznym stopniu przyczynia się do rozwoju jej działalności. Grupa uważa, że silna świadomość marki Allegro w Polsce przyczynia się do zwiększenia nieodpłatnego ruchu na jej stronach internetowych i obniżenia kosztów marketingu, ponieważ zdecydowana większość ruchu na jej stronach internetowych w 2022 roku zostało wygenerowane przez konsumentów bezpośrednio wpisujących w wyszukiwarkę adres strony Allegro lub korzystających z aplikacji mobilnej, albo pochodziło z kanałów związanych z zarządzaniem relacjami z klientami, mediami społecznościowymi lub optymalizacją pod kątem wyszukiwarek, lub z innych źródeł darmowego ruchu. Dlatego zdaniem Grupy utrzymanie i wzmacnianie marki Allegro ma kluczowe znaczenie dla jej zdolności do poszerzenia i utrzymywania bazy konsumentów, sprzedawców i marek.

Grupa zainwestowała znaczne kwoty ze swoich przychodów w zwiększanie świadomości marki, pozyskiwanie użytkowników oraz podnoszenie lojalności konsumentów i sprzedawców, a także przewiduje, że w przyszłości będzie nadal przeznaczać znaczne kwoty na pozyskiwanie nowych i utrzymywanie dotychczasowych konsumentów i sprzedawców. Na przykład Grupa ponosiła i nadal będzie ponosić znaczne nakłady na działania marketingowe z wykorzystaniem szerokiego zasięgu mediów w celu przyciągnięcia ruchu na stronę internetową, zwiększenia lojalności konsumentów i sprzedawców oraz zachęcenia do dokonywania ponownych zakupów w celu zwiększenia przychodów oraz utrzymania świadomości i rozpoznawalności marki.

Wydatki te obejmują znaczące nakłady na marketing tradycyjny, w szczególności na reklamę telewizyjną, oraz na marketing internetowy, taki jak płatny marketing w wyszukiwarkach internetowych lub programy partnerskie, w ramach których Grupa płaci podmiotom zewnętrznym za kierowanie użytkowników z ich stron internetowych na strony internetowe Grupy. Decyzje Grupy dotyczące inwestycji w pozyskiwanie użytkowników podejmowane są w oparciu o analizę wkładu w zysk generowanego przez konsumentów i sprzedawców, których Grupa pozyskała w poprzednich okresach. Nie można zagwarantować, że dokonywana przez Grupę ocena inwestycji w pozyskiwanie użytkowników i uzyskiwanych w związku z tym przychodów netto od takich konsumentów i sprzedawców, w tym ocena skuteczności nakładów marketingowych Grupy, będzie prawidłowa ani że działania marketingowe Grupy i inne działania promocyjne doprowadzą do osiągnięcia tego, co Grupa uzna za optymalne połączenie taktyk reklamowych po kosztach, które Grupa uzna za opłacalne z ekonomicznego punktu widzenia. Ponadto Grupa nie może zagwarantować, że niektóre metody reklamy, które obecnie stosuje, nie staną się mniej skuteczne lub że potencjalny wzrost konkurencji na rynku handlu detalicznego nie spowoduje zmniejszenia rentowności inwestycji marketingowych Grupy. Partnerzy internetowi Grupy mogą nie być w stanie zapewnić oczekiwanej liczby odwiedzin lub wyświetleń, a osoby odwiedzające stronę internetową Grupy w ramach takich kampanii mogą nie dokonywać zakupów zgodnie z oczekiwaniami. Ponadto zmiany w algorytmach wyszukiwarek lub warunkach świadczenia usług mogą spowodować wykluczenie stron internetowych Grupy z wyników wyszukiwania lub obniżenie ich pozycji w tych wynikach.

Pogorszenie publicznego wizerunku lub reputacji Grupy w wyniku negatywnych opinii może mieć niekorzystny wpływ na jej markę. Przypadki wycofania produktów z rynku, roszczenia z tytułu odpowiedzialności za produkt, naruszenia zasad społecznej odpowiedzialności biznesu, obecność podrobionych towarów naruszających warunki określone przez Grupę lub inne nieuczciwe działania na platformie e-commerce Grupy, które nie zostaną wykryte przez jej technologię przeciwdziałania oszustwom, mogą znacząco zaszkodzić reputacji i działalności Grupy. Skargi użytkowników lub negatywne opinie na temat stron internetowych Grupy, produktów, terminów dostaw, procesów zwrotów, warunków pracy jej pracowników (lub pracowników jej podwykonawców

lub dostawców), przetwarzania danych użytkowników i praktyk w zakresie bezpieczeństwa lub obsługi klienta, w tym na platformach internetowych, takich jak blogi, rankingi internetowe, serwisy recenzenckie i portale społecznościowe, mogą mieć istotny negatywny wpływ na reputację Grupy i popularność jej stron internetowych.

Jeżeli Grupa nie będzie w stanie utrzymać lub wzmocnić wizerunku swojej marki, jeżeli jej wizerunek zostanie nadszarpięty przez niepoehlebne opinie lub jeżeli jej marka nie zostanie zaakceptowana przez konsumentów, może to mieć istotny niekorzystny wpływ na jej działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne.

SUKCES GRUPY ZALEŻY OD DALSZEGO ROZWOJU SEKTORA E-COMMERCE I ZWIĄZANEGO Z NIM PRZECHODZENIA OD TRADYCYJNYCH FORM ZAKUPÓW DO ZAKUPÓW ONLINE NA RYNKACH, NA KTÓRYCH PROWADZI ONA DZIAŁALNOŚĆ.

Grupa jest uzależniona zarówno od stałego rozwoju i wzrostu polskiego rynku handlu detalicznego, w tym handlu internetowego i segmentu e-commerce, na którym obecnie prowadzi działalność, jak i od rozwoju i wzrostu analogicznych rynków i segmentów w krajach, w których Grupa Mall prowadzi działalność (CE-5), a także w innych regionach geograficznych, na które może starać się wejść w przyszłości. Zgodnie z prognozami Euromonitor z lutego 2023 r. polski rynek handlu detalicznego będzie rósł w tempie 7,9% CAGR z szacowanych 799,2 mld PLN w 2022 r. do 1 085,1 mld PLN w 2026 r., a rynek handlu internetowego w Polsce, który nadal pozostaje niedostatecznie spenetrowany w porównaniu z wieloma rynkami w innych krajach, będzie rósł w tempie 11,6% CAGR z 120,8 mld PLN w 2022 r. do 187,6 mld PLN w 2026 r. Nie ma jednak pewności, że rynek handlu detalicznego i segment handlu internetowego w Polsce

i innych krajach, w których Grupa prowadzi działalność, będą rosły w sposób przewidywany przez Euromonitor, w tempie, które Grupa uważa za możliwe lub że osiągnie jakikolwiek wzrost. Podczas gdy intensyfikacja konkurencji może prowadzić do szybszego wzrostu w segmencie e-commerce niż miałyby to miejsce bez tego zjawiska, ale może również prowadzić do relatywnej utraty udziału w tym segmencie przez Grupę, co w ogólnym rozrachunku może skutkować wolniejszym faktycznym tempem wzrostu. Utrata udziału, spowolnienie wzrostu, stagnacja lub kurczenie się rynku i segmentu, na którym Grupa prowadzi działalność w Polsce, w krajach CE-5 lub na obszarach geograficznych, na których może prowadzić działalność w przyszłości, może mieć istotny niekorzystny wpływ na jej działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne.

POGORSZENIE SIĘ WARUNKÓW GOSPODARCZYCH W POLSCE LUB POGORSZENIE SIĘ SYTUACJI GOSPODARCZEJ NA ŚWIECIE MOŻE MIEĆ ISTOTNY NIEKORZYSTNY WPŁYW NA DZIAŁALNOŚĆ, SYTUACJĘ FINANSOWĄ LUB WYNIKI OPERACYJNE GRUPY.

Grupa prowadzi działalność w przede wszystkim Polsce, w związku z czym sytuacja makroekonomiczna w Polsce ma istotny wpływ na działalność, sytuację finansową oraz wyniki operacyjne Grupy. Sytuacja gospodarcza w Polsce zależy od wielu czynników, w tym od podejmowanych przez polski rząd prób wpływania na gospodarkę, takich jak ustalanie stawek opodatkowania, kształtowanie budżetu państwa oraz regulacje i wpływanie na podaż pieniądza, stopy procentowe, kursy walutowe i rynek pracy. Na sytuację gospodarczą w Polsce wpływa również sytuacja demograficzna Polski, warunki makroekonomiczne w Europie i na świecie oraz napływ środków z Unii Europejskiej.

Chociaż środki związane z lockdownem wprowadzanym okresowo w latach 2020 i 2021 przez polski rząd w następstwie wybuchu pandemii COVID-19 przyczyniły się do wzrostu popytu w segmencie e-commerce, przedłużające się spowolnienie gospodarcze w Polsce wynikające z potencjalnych przyszłych lockdownów lub innych przyczyn, takich jak utrzymujący się okres wyższych realnych stóp procentowych, mogłoby mieć niekorzystny wpływ na działalność Grupy. Mimo że wpływ pandemii COVID-19 zmniejszył się w 2022 r., a wszystkie ograniczenia zostały zniesione w Polsce w marcu 2022 r., nie można przewidzieć, czy polski rząd będzie w stanie uniknąć wprowadzania w przyszłości ograniczeń w handlu detalicznym w Polsce, czy też przyszłe ograniczenia mogą być na tyle dotkliwe, że pandemia COVID-19 zacznie negatywnie wpływać na segment e-commerce.

Inne negatywne zjawiska makroekonomiczne, takie jak wyższa inflacja spowodowana wzrostem cen surowców, paliw i energii elektrycznej, potencjalne problemy z globalnym łańcuchem dostaw lub inne czynniki, skutkujące wzrostem stóp procentowych, mogą mieć istotny negatywny wpływ na warunki finansowe sprzedawców i konsumentów Grupy. Jakkolwiek recesja makroekonomiczna, przedłużający się kryzys związany z kosztami utrzymania, wzrost bezrobocia, zmniejszenie dochodu do dyspozycji i spadek konsumpcji, wahania wartości aktywów i kursów walutowych, a także pojawienie się innych negatywnych zjawisk gospodarczych mogą mieć negatywny wpływ na zaufanie konsumentów i poziom ich uznaniowych wydatków, w tym na sprzedaż na platformie e-commerce Grupy, z której Grupa uzyskuje większość swoich przychodów.

Niekorzystne zjawiska makroekonomiczne mogą również powodować zwiększone ryzyko upadłości sprzedawców, co może skutkować niższymi przychodami z platformy handlowej lub zwiększonymi kosztami funkcjonowania Programu Ochrony Kupujących, co może mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

Istnieje ryzyko nałożenia nowych parapatków (instrumentów o charakterze podatkowym) na firmy w celu ograniczenia poziomu długu publicznego, który znacznie wzrósł w wyniku pogorszenia sytuacji makroekonomicznej. W przypadku nałożenia takich dodatkowych kosztów firmy, których to dotyczy, mogą być zmuszone do podniesienia cen, a to z kolei może doprowadzić do spadku popytu na ich usługi oraz do istotnego pogorszenia wzrostu i/lub marż operacyjnych.

Ponadto polski rząd wprowadził w przeszłości szeroko zakrojone zmiany w przepisach dotyczących ubezpieczeń społecznych i podatków, a w 2022 roku środki chroniące konsumentów przed wzrostem cen i stóp procentowych, które prawdopodobnie spowodują znaczącą redystrybucję dochodu rozporządzalnego wśród polskich konsumentów na korzyść mniej zamożnych gospodarstw domowych. Chociaż w przeszłości takie zmiany prowadziły zazwyczaj do wzrostu sprzedaży detalicznej, nie ma pewności, że tak będzie w przypadku najnowszych reform, a zmiany te mogą mieć negatywny wpływ na popyt na usługi świadczone przez Grupę.

Działalność Grupy, jak również pomyślna realizacja jej strategii, jest w dużym stopniu uzależniona od kondycji finansowej jej sprzedawców i konsumentów oraz ich dalszego i coraz aktywniejszego korzystania z platformy e-commerce i innych usług Grupy. Kondycja finansowa polskich gospodarstw domowych, w tym konsumentów obsługiwanych przez Grupę, jest silnie skorelowana ze stopą bezrobocia oraz wzrostem realnych wynagrodzeń. Wzrost stopy bezrobocia w Polsce i/lub zmniejszenie realnych wynagrodzeń mogą zmniejszyć wydatki konsumentów i skutkować ograniczeniem skali korzystania z platformy e-commerce i innych usług Grupy.

Jakiegokolwiek pogorszenie sytuacji gospodarczej w Polsce może mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

[1] Chorwacja, Czechy, Węgry, Słowacja, Słowenia

[2] Dane Euromonitor dotyczące handlu detalicznego w Polsce, opublikowane w lutym 2023 r.

POTENCJALNE RYZYKO I NIEPEWNOŚĆ WYNIKAJĄCE Z INWAZJI NA UKRAINĘ MOGĄ MIEĆ ISTOTNY NIEKORZYSTNY WPŁYW NA DZIAŁALNOŚĆ, SYTUACJĘ FINANSOWĄ LUB WYNIKI OPERACYJNE GRUPY.

Intensywne walki między armiami Ukrainy i Federacji Rosyjskiej wybuchły 24 lutego 2022 r. po wkroczeniu rosyjskich sił zbrojnych na terytorium Ukrainy i trwają do dnia sporządzenia niniejszego raportu. Kierownictwo Grupy dokonało oceny bezpośredniego narażenia działalności Grupy na sytuację na Ukrainie i stwierdziło, że bezpośredni wpływ tej sytuacji jest obecnie minimalny. Wartość GMV wygenerowana przy udziale kupujących lub sprzedających z adresami na Ukrainie, Białorusi lub w Federacji Rosyjskiej była mniejsza niż 0,1% w 2021 r. Na czas trwania konfliktu Grupa zawiesiła współpracę ze sprzedającymi z Rosji i Białorusi. W odniesieniu do łańcucha dostaw, do chwili obecnej nie stwierdzono bezpośrednich zakłóceń w zdolności sprzedających do pozyskiwania produktów w celu wystawienia ich na platformie handlowej Grupy. Grupa ma bardzo niewiele dostawców z Ukrainy i do tej pory nie odnotowała znaczących zakłóceń w ich zdolności do wypełniania zobowiązań umownych.

NARASTAJĄCY KRYZYS ENERGETYCZNY W EUROPIE MOŻE MIEĆ ISTOTNY NIEKORZYSTNY WPŁYW NA DZIAŁALNOŚĆ, SYTUACJĘ FINANSOWĄ LUB WYNIKI OPERACYJNE GRUPY.

Z uwagi na możliwy kryzys energetyczny spowodowany ograniczonym przepływem ropy naftowej, gazu i węgla z Rosji do Europy, Allegro może być narażone na znaczące podwyżki cen energii. Mimo że Grupa, jako internetowa platforma handlowa, jest w stosunkowo niewielkim stopniu narażona na wpływ cen energii – bezpośrednie koszty energii stanowią ok. 0,5% całkowitych kosztów operacyjnych Grupy – koszty energii, w tym koszty energii elektrycznej, gazu, oleju napędowego i benzyny, są istotnym obciążeniem dla wielu dostawców i sprzedających Allegro.

Grupa nie może jednak zapewnić, że bardziej rozległe konsekwencje konfliktu dla gospodarki w Polsce i pięciu krajach Europy Środkowej, w których Grupa Mall obecnie prowadzi działalność, nie będą miały w przyszłości negatywnego wpływu na jej wyniki finansowe, działalność lub przepływy pieniężne. Obciążenia finansowe związane z utrzymaniem ukraińskich uchodźców w regionie Europy Środkowej do czasu ich powrotu na Ukrainę lub uzyskania przez nich niezależności finansowej mogą w przyszłości skutkować wzrostem obciążeń podatkowych dla Grupy lub jej pracowników. Zakłócenia spowodowane sankcjami w handlu z Rosją, w tym w imporcie energii do Unii Europejskiej, oraz globalne niedobory żywności spowodowane zakłóceniami w produkcji zbóż na Ukrainie mogą wywołać dodatkową presję inflacyjną i erozję dochodów rozporządzalnych u nabywców Grupy, co może mieć negatywny wpływ na wzrost GMV.

Ponadto Grupa, jej dostawcy i/lub sprzedający mogą być ci pewnymi działaniami w zakresie zarządzania popytem na energię, narzuconymi przez władze państwowe, których celem jest ograniczenie zużycia energii, co z kolei może spowodować utrudnienia w działalności i wpłynąć negatywnie na wyniki finansowe Grupy.

JEŻELI GRUPA NIE BĘDZIE W STANIE UTRZYMAĆ I STALE PODNOSIĆ POZIOMU ZADOWOLENIA UŻYTKOWNIKÓW Z PLATFORMY ALLEGRO, MOŻE TO MIEĆ ISTOTNY NIEKORZYSTNY WPŁYW NA JEJ DZIAŁALNOŚĆ, WYNIKI OPERACYJNE LUB SYTUACJĘ FINANSOWĄ.

Grupa uważa, że jej sukces jako spółki działającej na rynku handlu detalicznego zależy od zapewnienia konsumentom szerokiego wyboru produktów od różnych sprzedawców po konkurencyjnych cenach. Jeżeli Grupie nie uda się pozyskać sprzedawców oferujących produkty i marki, na które istnieje zapotrzebowanie wśród jej konsumentów, jeżeli Grupa nie będzie w stanie prezentować takich produktów na swojej witrynie internetowej w sposób skuteczny i po konkurencyjnych cenach lub jeżeli konsumenci i sprzedawcy uznają stosowane przez Grupę procedury dostawy, zwrotu towarów i/lub płatności za zbyt uciążliwe, Grupa może nie być w stanie pozyskać nowych konsumentów i sprzedawców, może

utracić dotychczasowych konsumentów i sprzedawców lub może być narażona na zmniejszenie wolumenu zakupów na swoich stronach internetowych. Jeżeli Grupa lub użytkownicy zewnętrzni nie będą podawać dokładnych informacji na swoich platformach, takich jak informacje o produktach na platformie e-commerce Grupy lub informacje porównawcze dotyczące cen na Ceneo.pl, może ona utracić zaufanie konsumentów i otrzymywać większą liczbę reklamacji, co może mieć istotny niekorzystny wpływ na jej działalność i funkcjonowanie. Każde z powyższych zdarzeń może mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

MIMO ŻE GRUPA, JAKO INTERNETOWA PLATFORMA HANDLOWA, JEST W STOSUNKOWO NIEWIELKIM STOPNIU NARAŻONA NA WPŁYW CEN ENERGII – BEZPOŚREDNIE KOSZTY ENERGII STANOWIĄ OK. 0,5% CAŁKOWITYCH KOSZTÓW OPERACYJNYCH GRUPY – KOSZTY ENERGII, W TYM KOSZTY ENERGII ELEKTRYCZNEJ, GAZU, OLEJU NAPĘDOWEGO I BENZYN, SĄ ISTOTNYM OBCIĄŻENIEM DLA WIELU DOSTAWCÓW I SPRZEDAJĄCYCH ALLEGRO.

Część sprzedających, którzy zamieszczają swoje oferty na platformie handlowej Grupy, decyduje się na korzystanie z usługi integracji e-commerce, która umożliwia im połączenie własnego sklepu internetowego z jednym lub kilkoma kanałami sprzedaży e-commerce jednocześnie, zamiast bezpośredniego przyłączania swojego sklepu internetowego do każdego z wybranych kanałów sprzedaży e-commerce. Zdolność takich sprzedających do zarządzania swoimi ofertami na platformie Grupy, w tym dodawania nowych ofert, zmiany cen oraz obsługi zamówień i zwrotów, zależy w dużej mierze od zapewnienia ciągłości usług świadczonych przez ich dostawcę. Przykład takiego zakłócenia miał miejsce w marcu 2021 r., kiedy to u jednego z największych w Europie operatorów centrów danych i dostawców usług hostingowych w Strasburgu, który był głównym dostawcą tego typu usług dla największego zewnętrznego integratora usług Allegro, wybuchł pożar. Większość sprzedających na

Allegro, których dotknęła awaria, odzyskała pełną funkcjonalność w ciągu 24 godzin od jej wystąpienia, natomiast niektórzy sprzedający musieli czekać na przywrócenie funkcjonalności nawet do siedmiu dni. W efekcie wiele zamówień złożonych na Allegro nie zostało wysłanych w terminie, co doprowadziło do zwiększonej liczby interakcji pomiędzy konsumentami a obsługą klienta Allegro. Awaria spowodowała również tymczasowy spadek liczby ofert zamieszczonych w serwisie. Chociaż zakłócenie to nie miało istotnego wpływu na wyniki finansowe Grupy, powtórzenie się podobnej lub większej awarii mogłoby pociągnąć za sobą większe straty lub zaszkodzić reputacji. Grupa rozpoczęła wdrażanie średnio – i długoterminowych procesów w celu ograniczenia zależności i ryzyka związanego z zewnętrznymi integratorami serwisów e-commerce, co ma na celu zapewnienie dodatkowej ochrony stabilności biznesowej platformy handlowej Grupy.

GRUPA MOŻE NIE BYĆ W STANIE REALIZOWAĆ Z POWODZENIEM SWOICH CELÓW STRATEGICZNYCH ZAWARTYCH W SIĘDMIU PRIORYTETACH KIEROWNICTWA OGŁOSZONYCH WE WRZEŚNIU 2022 R., TAKICH JAK UTRZYMANIE SILNEJ POZYCJI GRUPY W POLSCE, OPRACOWANIE I WPROWADZENIE NA RYNEK NOWYCH PRODUKTÓW FINANSOWYCH PRZEZ ALLEGRO PAY, WPROWADZENIE MODELU PLATFORMY HANDLOWEJ ALLEGRO 3P W INNYCH KRAJACH, POPRAWA RENTOWNOŚCI PROGRAMU SMART! I DOSTAW, ZMIANA PODEJŚCIA DO DZIAŁALNOŚCI MALL W MODELU 1P LUB OPTIMALIZACJA KOSZTÓW GRUPY.

Utrzymanie silnej pozycji w Polsce

Grupa jest operatorem największej internetowej platformy handlowej w Polsce. Allegro jest platformą pierwszego wyboru dla polskich konsumentów, a działalność w Polsce przynosi wysoki wzrost przychodów, wysoką rentowność i duże przepływy pieniężne. Utrzymanie silnej pozycji w Polsce, gdzie Allegro prowadzi działalność od ponad dwóch dekad, jest jednym z priorytetów Kierownictwa Grupy. Istnieje wiele opisanych wcześniej czynników ryzyka (3.2.2. Czynniki ryzyka związane z działalnością Grupy i jej branżą), które mogą wpły-

wać na pozycję Grupy w Polsce, co z kolei może mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy. Ponieważ Grupa generuje wszystkie wolne przepływy pieniężne ze swojej działalności w Polsce, ewentualne istotne pogorszenie wyników mogłoby doprowadzić do istotnego pogorszenia wskaźników dźwigni finansowej i zmniejszenia lub ograniczenia środków dostępnych na inwestycje w inicjatywy rozwojowe.

Zwiększanie skali działalności Allegro Pay

W 2021 roku Grupa kontynuowała rozwój Allegro Pay, własnej oferty z obszaru fintech. Allegro Pay umożliwia konsumentom odroczenie o jeden miesiąc płatności (oferta „Kup teraz, zapłać później” lub „BNPL”) lub rozłożenie jej na dogodne 3, 5, 10 lub 20 miesięcznych rat, zapewniając Aktywnym Kupującym większą elastyczność finansową oraz bezpieczniejsze i łatwiejsze zakupy w sieci. Linie pożyczkowe były oferowane sukcesywnie coraz większym grupom konsumentów, aż do września 2021 roku, kiedy to Allegro Pay zostało udostępnione wszystkim konsumentom chcącym ubiegać się o limit pożyczkowy do 4 200 PLN, wykorzystując zapewniony przez dyrektywę PSD2 dostęp do szerszego mechanizmu weryfikacji kredytowej, obejmującego wszystkich dotychczasowych i nowych Aktywnych Kupujących na Allegro. Dzięki tej pełnej kwalifikowalności klientów nastąpiło dalsze przyspieszenie działalności Grupy w zakresie pożyczek konsumenckich.

Skutki finansowe i operacyjne wprowadzenia Allegro Pay dla Grupy zależą od szeregu istotnych czynników, w tym od skutecznego zarządzania ryzykiem kredyto-

wym związanym z tym produktem. Do oceny ryzyka kredytowego konsumenta ubiegającego się o kredyt w ramach oferty Grupy w zakresie finansowania konsumenckiego Grupa wykorzystuje, między innymi, raporty kredytowe uzyskane od dostawców zewnętrznych oraz wewnętrznie opracowany model ryzyka. Pozwala to na prognozowanie zdolności konsumenta do spłaty salda kapitału i odsetek od udzielonego kredytu. Pomimo dynamicznego rozwoju Allegro Pay i znaczącego wzrostu bazy aktywnych kredytobiorców, Grupa utrzymała relatywnie niski wskaźnik strat kredytowych dzięki dobrej dyscyplinie zarządzania ryzykiem i ulepszonym modelom scoringu ryzyka, utrzymując oczekiwane straty kredytowe na poziomie <2% w 2022 roku. Niemniej jednak Grupa nie może zapewnić, że wspomniane procesy oceny ryzyka kredytowego pozostaną równie skuteczne w przyszłości. Może się okazać, że wahania przyszłych wyników w zakresie ściągalności należności od poszczególnych konsumentów lub wynikające z czynników ekonomicznych będą większe niż przewidywane w założeniach Grupy. Na dokładność modelu ryzyka oraz na zdolność Grupy do zarządzania ryzykiem

kredytowym związanym z ofertą Grupy w zakresie finansowania konsumenckiego mogą mieć również wpływ działania konkurencji, zmiany w zachowaniach konsumentów, dostępność źródeł finansowania, zmiany w otoczeniu gospodarczym oraz inne czynniki, a także zmiany prawne lub regulacyjne (np. przepisy dotyczące upadłości, regulacje dotyczące minimalnych spłat, ograniczenia dotyczące opłat i stóp procentowych, wymogi w zakresie weryfikacji kredytowej lub inne przepisy dotyczące kredytów konsumenckich). W 2022 r. przyjęto szereg propozycji legislacyjnych lub są one obecnie rozpatrywane na poziomie polskim i unijnym, w tym ustawa o przeciwdziałaniu lichwie, ustawa o kradzieży tożsamości, nowelizacja dyrektywy o kredycie konsumenckim. Będą one miały wpływ na działalność Allegro Pay. Jeżeli Grupa nie będzie w stanie w zadowalający sposób monitorować ryzyka kredytowego związanego z udzielanymi przez siebie pożyczkami i zarządzać tym ryzykiem, może to mieć istotny niekorzystny wpływ na jej działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne.

Ponadto dalszy rozwój Allegro Pay może nie przynieść spodziewanego wzrostu zakupów towarów przez konsumentów, a tym samym Grupa może nie zrealizować oczekiwanych dodatkowych przychodów z tytułu prowizji od sprzedawców. Grupa może również nie być w stanie pozyskać finansowania dla udzielanych przez siebie kredytów konsumenckich przy stopach procentowych, które byłyby wystarczająco konkurencyjne, aby umożliwić Grupie osiąganie zysków z oferowanego przez nią produktu finansowania konsumenckiego.

W październiku 2021 roku Grupa podpisała z Aion Bank („Aion”) Umowę Sprzedaży Wierzytelności („RPA”) dotyczącą nabycia przez Aion wierzytelności z tytułu pożyczek konsumenckich udzielonych przez Allegro Pay. Umowa RPA stworzyła ramy umożliwiającej dokonywanie szeregu potencjalnych transakcji zbycia wierzytelności na podstawie mechanizmu składania i akceptacji ofert. Wierzytelności, które będą oferowane Aion w ramach Transakcji, muszą spełniać określone w Umowie RPA kryteria kwalifikacyjne, obejmujące m.in. dopuszczalny przedział pierwotnej liczby rat wierzytelności podlegających zbyciu (trzy do trzydziestu). W grudniu 2022 roku Grupa rozszerzyła zakres współpracy z Aion Bankiem, dzięki czemu Aion Bank otrzymuje również możliwość zakupu 30-dniowych pożyczek konsumenckich typu „Kup Teraz, Zapłać Później”.

Jeżeli strony nie uzgodnią ceny wierzytelności dla jednej lub kilku z przewidywanych serii sprzedaży lub jeżeli Allegro Pay nie przedstawi wystarczającej wartości kwalifikujących się wierzytelności ratalnych, wówczas rzeczywiste wartości sprzedanych portfeli mogą być niższe niż zakładana łączna kwota 2 mld PLN w okresie obowiązywania umowy.

Ponadto Grupa może nie być w stanie dokonać sekurytyzacji swojego portfela kredytowego w przyszłości lub może nie być w stanie dokonać sekurytyzacji portfela kredytowego na warunkach eliminujących wszelkie roszczenia regresowe wobec Grupy, co może prowadzić do zwiększonego zadłużenia w celu sfinansowania portfela kredytowego, co z kolei może skutkować zaprzestaniem przez Grupę świadczenia usług finansowania konsumenckiego lub dążeniem do prowadzenia działalności przy wyższym niż obecnie oczekiwany poziomie dźwigni finansowej. W związku z prowadzoną działalnością w zakresie usług finansowych Grupa może być narażona na dodatkowy nadzór regulacyjny, w tym ze strony Prezesa UOKiK, Komisji Nadzoru Finansowego, Generalnego Inspektora Informacji Finansowej oraz Urzędu Ochrony Danych Osobowych. Niekorzystny wpływ na tę działalność mogą mieć zmiany w ustawie z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim, ustawie z dnia 21 lipca 2006 r. o nadzorze nad rynkiem finansowym oraz ustawie z dnia 29 sierpnia 1997 r. Prawo bankowe, a ponadto działalność ta może wiązać się z dodatkowym ryzykiem, w tym ryzykiem związanym z praniem pieniędzy, łapówkarstwem i korupcją oraz finansowaniem terroryzmu.

Allegro może dążyć do wprowadzenia w przyszłości kolejnych produktów i usług uzupełniających obecny produkt Allegro Pay. Produkty te mogą być również przeznaczone dla konsumentów, sprzedawców lub być stworzone z myślą o finansowaniu transakcji, które odbywają się poza platformą Allegro.

W grudniu 2022 roku Allegro Pay sp. z o.o. podpisała z Aion Bank Term sheet ustalający ogólne zasady przyszłej umowy o współpracy pomiędzy Allegro Pay, Aion i Vodeno („Umowa”) w zakresie nowych produktów opartych na modelu Banking-as-a-Service („BaaS”) oraz wprowadziła zmiany w zakresie dotychczasowej współpracy z Aion na podstawie Umowy Sprzedaży Wierzytelności z dnia 11 października 2021 r. Vodeno jest spółką należącą do tej samej grupy kapitałowej co Aion, działającą jako podwykonawca Aion i dostawca określonych rozwiązań technicznych w branży IT.

Model BaaS umożliwi Allegro Pay uruchomienie nowych produktów i usług finansowych, które są zarezerwowane dla podmiotów posiadających licencję bankową (tj. konta oszczędnościowe i płatnicze). W Term sheet strony ustaliły, że Allegro Pay będzie działać jako dostawca usług outsourcingowych Aion i świadczyć na rzecz Aion wszelkie usługi informatyczne wymagane lub niezbędne do onboardingu klientów i zarządzania kontami poprzez platformę handlową Allegro, w tym przez aplikację mobilną. Współpraca z Aion, jako dostawcą BaaS i posiadaczem licencji bankowej, ułatwi spełnienie wymogów regulacyjnych. Term sheet jest wiążący i zawiera warunki współpracy, które zostaną szczegółowo określone w Umowie. W szczególności Strony uzgodniły, że będą współpracować w dobrej wierze w celu doprecyzowania szczegółowych funkcji usług, specyfikacji technicznych, wymagań handlowych, uzgodnień operacyjnych, regulacyjnych i prawnych, które należy wprowadzić w celu pomyślnej realizacji ich współpracy. Term sheet przewiduje, że produkty BaaS będą oferowane pod marką Allegro Pay (white label). Procesy i całe interakcje z klientami zostaną osadzone na platformie Allegro. Allegro Pay i Aion zamierzają zawrzeć Umowę do końca kwietnia 2023 r. Rada uważa BaaS za atrakcyjny sposób pozyskania możliwości dostarczania produktów i usług bankowych oraz stworzenia platformy do dalszej ekspansji Allegro Pay. Jeżeli strony nie zawrą Umowy w sprawie BaaS w przewidzianym terminie, Allegro Pay może nie osiągnąć zakładanych kamieni milowych w zakresie wzrostu i rozwoju produktów. Ponadto Grupa nie może zagwarantować, że te potencjalne nowe produkty zostaną dobrze przyjęte przez docelowych odbiorców, przyniosą oczekiwane stopy zwrotu z zainwestowanego kapitału, które były planowane w momencie podejmowania zobowiązania do rozwoju produktu, ani że straty kredytowe nie pochłoną całości lub większości oczekiwanych zysków. Jakiegokolwiek znaczące gorsze niż zakładane wyniki uzyskane z istotnych produktów Allegro Finance mogą mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

ZWIĘKSZANIE RENTOWNOŚCI PROGRAMU SMART! I DOSTAW

• SMART!

Program lojalnościowy SMART! został uruchomiony w 2018 r. i szybko zyskał popularność wśród konsumentów oraz przyniósł sukces finansowy, ponieważ Grupa zainwestowała znaczne środki w jego rozwój. Liczba użytkowników programu SMART! w dalszym ciągu wzrasta, a do końca 2021 roku osiągnęła poziom ponad 5 milionów aktywnych kupujących, na których składają się zarówno płatni abonenci, jak i osoby korzystające z limitowanej, bezpłatnej oferty próbnej „SMART! na Start”.

Oczekiwania finansowe Grupy zostały sformułowane przy założeniu dalszego rozwoju programu SMART! i w związku z tym mogą one ulec zmianie w przypadku niższego lub wyższego niż oczekiwano poziomu akceptacji programu przez nabywców. Szybsza akceptacja powoduje szybszy wzrost wartości transakcji dokonywanych na platformie handlowej, przy jednoczesnym obniżeniu procentowej marży zysku, i odwrotnie. Ponadto z uwagi na fakt, że program SMART! okazał się popularny wśród polskich konsumentów, istnieje ryzyko, że wprowadzenie konkurencyjnych ofert, takich jak Amazon Prime, która wystartowała w Polsce w 2021 r. i która dodatkowo oferuje usługę streamingu wideo na żądanie, może spowodować wolniejszy od oczekiwanego wzrost z programu SMART!, jeżeli konsumenci Allegro wybrałyby oferty innych firm e-commerce zamiast lub jako uzupełnienie abonamentu SMART! w przyszłości. Aby uniknąć takiej sytuacji, Grupa może podjąć decyzję o zwiększeniu wartości programu SMART! dla konsumentów i/lub sprzedawców, a takie działania mogłyby pogorszyć rentowność Grupy przy jednoczesnym zwiększeniu tempa wzrostu. Chociaż Grupa dąży do poprawy rentowności programu SMART!, m.in. podnosząc w listopadzie 2022 r. wysokość rocznej opłaty abonamentowej oraz minimalną wartość zamówienia uprawniającą do bezpłatnej dostawy, Grupa może nie być w stanie skutecznie zarządzać przewidywanym wzrostem i związanymi z nim kosztami programu SMART!, co może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

• One Fulfillment by Allegro

W celu dalszej poprawy jakości obsługi konsumentów oraz wspierania międzynarodowych sprzedawców i wybranych handlowców Grupa wprowadziła własne usługi realizacji zamówień („One Fulfillment by Allegro”) w ramach uzupełnienia modelu realizacji zamówień przez podmioty zewnętrzne. Pierwszy Fulfillment Center, którego celem jest wspieranie sprzedawców działających w modelu 3P, został uruchomiony na początku 2022 r. W zależności od wyników pierwszej placówki Fulfillment Center obsługującej sprzedawców w modelu 3P, Grupa może zainwestować w dodatkowe placówki tego typu w pobliżu dużych ośrodków miejskich. Jeżeli Grupie nie uda się prawidłowo zrealizować swojej strategii w zakresie usług realizacji zamówień, w tym jeżeli dokona ona zbyt dużych lub zbyt małych inwestycji w infrastrukturę niezbędną do magazynowania zapasów sprzedawców w centrach realizacji zamówień, nie rozszerzy ona działalności w odpowiednim czasie lub w inny sposób nie zaspokoi popytu ze strony kupujących i sprzedawców, może to mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

• Uruchomienie własnej sieci automatów paczkowych, tzw. sieci „ostatniej mili”

W 2021 r. Grupa rozpoczęła inwestycje w uruchomienie własnej sieci automatów paczkowych stanowiącej element strategii mającej na celu poprawę doświadczeń konsumentów w zakresie dostaw. Grupa zainwestowała w zespół, którego zadaniem jest zarządzanie pozyskaniem lokalizacji, montażem i eksploatacją automatów paczkowych, a także zabezpieczaniem możliwości zaopatrzenia się w automaty paczkowe wysokiej jakości. Do końca 2022 roku liczba zainstalowanych automatów paczkowych przekroczyła kamień milowy >2 500 sztuk. Uruchomienie sieci automatów paczkowych może zająć kilka lat, a docelowa skala tej sieci nie została jeszcze określona i będzie zależała od realizacji celów operacyjnych projektu związanych z obsługą konsumentów, ponieważ alternatywne metody dostawy.

Na dzień sporządzenia niniejszego Raportu InPost prowadzi największą sieć automatów paczkowych w Polsce. Od czasu do czasu inne firmy, takie jak Aliexpress, Orlen, DPD, Poczta Polska czy DHL, ogłaszają swoje plany wprowadzenia większej liczby autmatów paczkowych w Polsce.

W rezultacie polski rynek autmatów paczkowych może stawać się coraz bardziej konkurencyjny i nasycony, co może potencjalnie skutkować niższym od zakładanego wykorzystaniem własnych automatów paczkowych Grupy i może mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

Jeżeli Grupa nie zapewni wystarczającej liczby atrakcyjnych lokalizacji dla swoich automatów paczkowych, nie będzie w stanie właściwie zarządzać realizacją programu rozwoju sieci automatów paczkowych, nie będzie w stanie nabyć automatów paczkowych po akceptowalnych cenach ze względu na rosnącą inflację i ceny surowców, nie będzie w stanie zintegrować się z usługami dostawczymi typu „pick-up” i „drop-off” świadczonymi przez podmioty zewnętrzne po akceptowalnych cenach lub przy akceptowalnej jakości, lub nie uda jej się skutecznie zintegrować kompleksowych rozwiązań mających na celu poprawę doświadczeń konsumentów w zakresie dostaw następnego dnia, zwrot z tej inwestycji może nie być zadowalający, co może mieć istotny negatywny wpływ na jej działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne. Ponadto współpracując z partnerami przy projektowaniu i integracji swoich rozwiązań w zakresie automatów paczkowych, Grupa tworzy pewne prawa własności intelektualnej, które stara się chronić, a także stara się unikać nieuprawnionego korzystania z praw własności intelektualnej innych podmiotów. Grupa nie może zagwarantować, że w przyszłości nie będzie zaangażowana w spory dotyczące własności intelektualnej w związku z inwestycjami we własne rozwiązania w zakresie automatów paczkowych.

Wybrany przez Grupę dostawcą automatów paczkowych jest spółka posiadająca zakłady produkcyjne w zachodniej Ukrainie. W 2022 r. dostawca dostarczył wszystkie zamówione automaty paczkowe, co pozwoliło na sprawną instalację i uruchomienie sieci. Chociaż dostawca pracuje obecnie nad przeniesieniem swoich zakładów produkcyjnych do Polski, Grupa nie może wykluczyć, że ewentualne zakłócenia gospodarcze wynikające z trwającej wojny na Ukrainie mogą opóźnić, uniemożliwić na pewien czas lub na zawsze zaplanowane dostawy zamówionych automatów paczkowych. Grupa posiada obecnie znaczną rezerwę niezainstalowanych automatów paczkowych w obiektach w Polsce, co stanowi istotne zabezpieczenie na wypadek rzeczywistnienia się tego ryzyka.

• Inwestycja we własny potencjał w zakresie dostaw

W październiku 2021 r. Grupa nabyła X-press Couriers („XPC”), lokalną firmę zajmującą się dostawami tego samego dnia, w celu uzupełnienia usług realizacji zamówień i usług automatów paczkowych w zakresie skrócenia czasu dostaw. W 2022 r. nazwa spółki została zmieniona na One Kurier, a jej posiadanie daje Grupie możliwość realizacji dostaw tego samego dnia oraz świadczenia usług odbioru i dystrybucji. W przyszłości możliwości te będą mogły zostać wykorzystane do obsługi konkretnych przypadków zastosowań w ramach tysięcy zadań dystrybucyjnych podejmowanych każdego dnia w celu obsługi platformy handlowej, z których wszystkie są obecnie realizowane przez zewnętrznych partnerów dystrybucyjnych Grupy. Grupa nie może zagwarantować, że popyt na usługi dostawy tego samego dnia lub na inne szczególne usługi dostawy, które Grupa może zdecydować się rozwijać w celu wsparcia swoich możliwości dystrybucyjnych w przyszłości, będzie wystarczający, aby umożliwić osiągnięcie zysku z ich świadczenia lub osiągnięcie wystarczającej skali, aby umożliwić obniżenie kosztów jednostkowych do poziomu wystarczająco niskiego, aby osiągnąć zyski lub rozsądny zwrot z zainwestowanego kapitału.

• Poprawa sytuacji w zakresie działalności Mall w modelu 1P i Wprowadzenie modelu platformy handlowej 3P Allegro w innych krajach

W dniu 1 kwietnia 2022 r. Grupa sfinalizowała przejęcie Grupy Mall i WE | DO oraz ich działalności w krajach CE-5 (zob. punkt „Podsumowanie najważniejszych wydarzeń”). Transakcja ta stanowi kamień milowy w międzynarodowej ekspansji Allegro, a Grupa przygotowuje się obecnie do uruchomienia platformy 3P Allegro w Czechach, pracując jednocześnie nad poprawą sytuacji w zakresie działalności Mall w modelu 1P. Ekspansja taka może pociągać za sobą ryzyka związane z brakiem doświadczenia Grupy w prowadzeniu działalności w takich regionach geograficznych oraz z odmiennymi normami, zwyczajami handlowymi i społecznymi. Rozszerzenie działalności Grupy na Czechy, Słowację i inne kraje, w których Grupa Mall prowadzi działalność, może również pociągnąć za sobą znaczące dodatkowe ryzyko biznesowe, regulacyjne i prawne. Ryzyko to obejmuje między innymi: zmiany warunków gospodarczych, politycznych i regulacyjnych, trudności w zarządzaniu zróżnicowaną geograficznie działalnością, zmiany przepisów dotyczących działal-

ności gospodarczej, skutki zmian kursów walut, trudności w egzekwowaniu warunków umów, zapewnienie przestrzegania obowiązujących w Grupie standardów w zakresie zgodności z przepisami i norm etycznych oraz bariery kulturowe i językowe. Ponadto nie można mieć pewności, że Grupa będzie w stanie dokładnie przewidzieć poziom popytu na swoje produkty i usługi w nowych regionach geograficznych, w których Grupa może chcieć rozszerzyć swoją działalność, a dodatkowo Grupa może być zmuszona do stworzenia nowej marki lub zmiany przeznaczenia istniejącej marki w celu jej wykorzystania w nowych regionach geograficznych. Ekspansja na nowe obszary geograficzne będzie się również prawdopodobnie wiązała ze znaczącymi inwestycjami w infrastrukturę i/lub marketing w celu pozyskania konsumentów i ruchu, które mogą nie przynieść Grupie oczekiwanych zysków. Jeżeli Grupa podejmie inicjatywę ekspansji międzynarodowej, która nie przyniesie zadowalających zysków, może to mieć istotny niekorzystny wpływ na jej działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne. Bardziej szczegółowy opis czynników ryzyka związanych z Segmentem Mall przedstawiono w podpunkcie: Ryzyko związane z Mall Grupa a.s. („Grupa Mall”) i WE | DO CZ s.r.o. („WE | DO”).

POPRAWA STRUKTURY KOSZTÓW GRUPY POPRZEZ WDROŻENIE INICJATYWY ZWIĘKSZANIA WYDAJNOŚCI „ZDOLNOŚĆ DO WZROSTU”

Jednym z siedmiu priorytetów Kierownictwa jest realizacja obejmującej całą Grupę inicjatywy zwiększania wydajności, znanej pod nazwą „Zdolność do wzrostu”. Projekt ten bazuje na trzech filarach działań: i) poprawieniu wydajności pracowników, ii) zmniejszeniu kosztów i inwestycji kapitałowych poprzez zaostrzenie zasad i kontroli wydatków oraz zwiększoną intensywność negocjacji z dostawcami oraz iii) zwiększeniu efektywności wyboru projektów rozwojowych w zakresie opracowywania oprogramowania oraz poprawieniu wydajności angażowania programistów do realizacji takich projektów. Kierownictwo liczy, że skuteczna realizacja projektu „Zdolność do wzrostu” pozwoli na uwolnienie dodatkowych wolnych przepływów pieniężnych, które będzie można reinwestować w inicjatywy rozwojowe, co z kolei powinno przełożyć się na silniejszy wzrost dzięki bardziej rygorystycznym procedurom alokacji kapitału i zasobów deweloperskich. Kierownictwo nie może zagwarantować, że uda się zrealizować wszystkie cele projektu „Zdolność do wzrostu” w każdym z trzech

filarów działań, co może skutkować wolniejszym wzrostem, niższymi marżami lub niższym poziomem wolnych przepływów pieniężnych, co z kolei może doprowadzić do istotnego pogorszenia wyników i kondycji finansowej Grupy. Ponadto wyzwania, trudności i dodatkowe obciążenie pracowników obowiązkami związanymi z realizacją takiego projektu mogą prowadzić do niepożądanych efektów ubocznych, takich jak spadek zaangażowania pracowników i wyższy wskaźnik odejść z pracy, niższy poziom zadowolenia konsumentów lub sprzedających oraz niższe oceny Net Promoter Score, a także częstsze przypadki strat spowodowanych jednorazowymi błędami mechanizmów kontrolnych, które mogą być mniej efektywnie monitorowane ze względu na redukcję kosztów. Wszelkie takie efekty uboczne projektu „Zdolność do wzrostu” mogą również przełożyć się na gorsze wyniki finansowe.

TRANSAKCJE PRZEJĘCIA

Grupa może dokonywać oportunistycznych przejęć innych spółek, przedsięwzięć lub aktywów w Polsce lub za granicą. Przejęcia niosą ze sobą liczne rodzaje ryzyka, z których każde może mieć niekorzystny wpływ na działalność Grupy, w tym między innymi: trudności w integracji technologii, działalności, istniejących umów i personelu przejmowanych podmiotów; trudności w zakresie wsparcia i przejścia klientów lub dostawców przejmowanej spółki; przekierowanie zasobów finansowych i zarządczych z istniejącej działalności lub alternatywnych możliwości przejęć; nieosiągnięcie oczekiwanych korzyści lub efektów synergii wynikających z transakcji; niezidentyfikowanie wszystkich problemów, zobowiązań lub innych niedociągnięć lub wyzwań związanych z nabywaną spółką lub technologią, w tym kwestii związanych z własnością intelektualną, zgodnością z przepisami, praktykami księgowymi lub kwestiami dotyczącymi pracowników lub konsumentów; ryzyko związane z wejściem na nowe rynki, na których Grupa ma ograniczone doświadczenie lub nie ma go wcale; potencjalna utrata kluczowych pracowników, konsumentów i dostawców zarówno w ramach dotychczasowej działalności Grupy, jak i działalności spółki przejmowanej; niezdolność do generowania wystarczających przychodów netto, które skompensowałyby koszty przejęcia; dodatkowe koszty lub rozwodnienie kapitału związane z finansowaniem przejęcia; oraz potencjalne odpisy lub utrata wartości w odniesieniu do przejętych podmiotów. Jeżeli w odniesieniu do jakiegokolwiek przyszłej transakcji przejęcia Grupa nie dokona

właściwej oceny wartości przejmowanego podmiotu, poniesie koszty, które później okażą się nieuzasadnione, nie zdoła prawidłowo i w opłacalny sposób dokonać integracji przejętego podmiotu z działalnością Grupy lub zaciągnie zobowiązania, które okażą się większe niż przewidywano, może to mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy. Dwa z siedmiu najważniejszych priorytetów Kierownictwa dotyczą realizacji planów związanych z przejęciem Grupy Mall i WE|DO..

W PRZYSZŁOŚCI STRATEGIA ROZWOJU GRUPY MOŻE ZOSTAĆ ZMIENIONA

Grupa może podjąć decyzję o wykorzystaniu nowych możliwości biznesowych, opracowaniu nowych ofert produktowych, ekspansji międzynarodowej lub nabyciu innych podmiotów, przy czym każde z tych działań może okazać się nieopłacalne lub zakończyć się niepowodzeniem z innych przyczyn. Każda taka inicjatywa, która nie zostanie pozytywnie przyjęta przez użytkowników, może zaszkodzić reputacji i marce Grupy, a każde rozszerzenie lub zmiana przedmiotu działalności Grupy może wymagać poniesienia znacznych dodatkowych kosztów i pochłonąć różne zasoby, w tym zasoby zarządcze, co z kolei może mieć istotny i niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy. Grupa może nie być w stanie realizować z powodzeniem swoich celów strategicznych i Siedmiu Priorytetów Kierownictwa, a realizowane obecnie kluczowe projekty inwestycyjne mogą nie przynieść oczekiwanych korzyści lub okazać się bardziej kosztowne niż zakładano. Każde z powyższych zdarzeń może mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy. .

OCZEKIWANIA, ZAŁOŻENIA I OCENY GRUPY LEŻĄCE U PODSTAW JEJ ŚREDNIOTERMINOWYCH PERSPEKTYW FINANSOWYCH ORAZ INNYCH WSKAŹNIKÓW WYNIKÓW ODNOSZĄCYCH SIĘ DO PRZYSZŁOŚCI MOGĄ OKAZAĆ SIĘ NIEDOKŁADNE, W ZWIĄZKU Z CZYM GRUPA MOŻE NIE BYĆ W STANIE SPEŁNIĆ SWOICH OCZEKIWAŃ LUB OSIĄGNAĆ ZAKŁADANYCH WYNIKÓW FINANSOWYCH..

W niniejszym Raporcie przedstawiono różne oczekiwania dotyczące krótkoterminowych perspektyw finansowych Grupy i innych prognozowanych wskaźników efektywności. Informacje dotyczące perspektyw finansowych Grupy oraz inne prognozowane wskaźniki wyników stanowią jedynie cele Grupy i nie należy opierać się na nich przy przewidywaniu lub prognozowaniu rzeczywistych wyników lub przyszłych zdarzeń. Powyższe cele i przekonania nie podlegają badaniu przez biegłego rewidenta i odzwierciedlają szereg założeń dotyczących przyszłej wartości wskaźnika GMV, przychodów netto, znormalizowanego zysku EBITDA, nakładów kapitałowych i innych prognozowanych wskaźników efektywności, które mogą nie zostać zrealizowane

ze względu na zarówno znane, jak i nieprzewidziane czynniki ryzyka, niepewności i inne istotne czynniki, na które Grupa nie ma wpływu, a które mogą mieć wpływ na rzeczywiste wyniki. Powyższe cele oraz leżące u ich podstaw założenia i oceny obarczone są nieodłączną dozą niepewności i mogą nie uwzględniać wszystkich istotnych czynników. Jeżeli założenia, na których opierają się dane szacunkowe, okażą się niedokładne, stopy wzrostu mogą być niższe od zakładanych, a pozycja Grupy w branży może być mniej korzystna od oczekiwanej, co z kolei może mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy w perspektywie krótko- i średnioterminowej.

NIESKUTECZNA OCHRONA INFORMACJI POUFNYCH MOGŁABY W ISTOTNY SPOSÓB OSŁABIĆ POZYCJĘ RYNKOWĄ GRUPY.

Kluczowi pracownicy i członkowie kadry kierowniczej Grupy mają dostęp do wrażliwych informacji poufnych dotyczących działalności Grupy, takich jak informacje na temat zmian strategicznych, planowania przedsięwzięć biznesowych i najważniejszych aspektów technologicznych. Jeśli w posiadanie takich informacji poufnych, celowo lub przez przypadek, weszłyby firmy konkurencyjne, osoby trzecie lub opinia publiczna, pozycja rynkowa Grupy mogłaby ulec znacznemu osłabieniu. Mogłoby mieć to istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

GRUPA MOŻE NIE BYĆ W STANIE SKUTECZNIE ZARZĄDZAĆ SWOIM PRZEWIDYWANYM ROZWOJEM.

Dotychczasowy szybki rozwój działalności Grupy postawił, i oczekuje się, że w przyszłości będzie stawił, istotne wymagania względem zarządzania Grupą oraz jej infrastruktury operacyjnej i finansowej. Dążąc do rozwoju, Grupa będzie musiała nadal ulepszać i unowocześniać swoje systemy i infrastrukturę, aby sprostać większej skali i złożoności prowadzonej działalności (w tym, na przykład, dodatkowym wyzwaniom wynikającym ze zwiększonej obecności na rynkach międzynarodowych w wyniku ekspansji geograficznej lub wykorzystania nowych, zastrzeżonych rozwiązań w zakresie sieci automatów paczkowych i dostawy zwiększony zakres, rozmiar i złożoność jej systemów IT i systemów zapewnienia zgodności). Taka ekspansja będzie wymagała od Grupy zaangażowania znacznych zasobów, m.in. zarządczych i operacyjnych, jeszcze

przed zwiększeniem skali działalności, jednocześnie nie gwarantując pewności osiągnięcia odpowiedniego wzrostu przychodów i zysków.

Dalszy rozwój mógłby w szczególności osłabić zdolność Grupy do utrzymania niezawodnego poziomu jakości usług świadczonych na rzecz jej sprzedawców i konsumentów, do pozyskiwania, szkolenia, motywowania i utrzymania wysoko wykwalifikowanych pracowników, a także do dalszego rozwijania i wzmacniania mechanizmów kontroli operacyjnej, finansowej i zarządczej Grupy. Każde niepowodzenie w skutecznym zarządzaniu rosnącą skalą i złożonością działalności Grupy, wynikające z jej przyszłego rozwoju, może mieć istotny niekorzystny wpływ na jej działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne.

SPOSÓB POSTĘPOWANIA UŻYTKOWNIKÓW W OBLICZU ROZWOJU TECHNOLOGICZNEGO ULEGA SZYBKIM ZMIANOM, A NIEPOWODZENIE W SKUTECZNYM DOSTOSOWANIU SIĘ DO TYCH ZMIAN MOŻE MIEĆ ISTOTNY NEGATYWNY WPŁYW NA DZIAŁALNOŚĆ, WYNIKI OPERACYJNE LUB SYTUACJĘ FINANSOWĄ GRUPY.

Segment e-commerce charakteryzuje się szybkim rozwojem technologicznym, a nowe osiągnięcia technologiczne mogą zwiększać presję konkurencyjną. Sukces Grupy zależy od jej zdolności do ciągłego usprawniania swojej platformy technologicznej, co pozwala jej pozostać konkurencyjną. Przykładowo na całym świecie, w tym w Polsce, trwa intensywne wprowadzanie technologii sieci komórkowej 5G, co zwiększa zapotrzebowanie na optymalizację stron internetowych Grupy pod kątem urządzeń mobilnych oraz to, by strony ładowały się szybko i prawidłowo. Ponadto uczenie maszynowe i inne formy sztucznej inteligencji zmieniają różne aspekty

branży e-commerce – od optymalizacji wyników wyszukiwania i cen po obsługę klienta i koordynację logistyki dostaw. Grupa może nie być w stanie kontynuować wprowadzania innowacji w dotychczasowym tempie lub na poziomie, w jakim wprowadzają je jej konkurenci. Niezdolność do wprowadzania i stosowania nowych osiągnięć technologicznych w odpowiednim czasie może zmniejszyć atrakcyjność stron internetowych Grupy dla konsumentów i sprzedawców, a tym samym ograniczyć rozwój Grupy. Każde takie niepowodzenie może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

OBECNY MODEL BIZNESOWY GRUPY OPIERA SIĘ NA PLATFORMACH E-COMMERCE SŁUŻĄCYCH DO ZAWIERANIA TRANSAKCYJ HANDLOWYCH, W PRZYPADKU KTÓRYCH NIEMAL CAŁA DZIAŁALNOŚĆ JEST UZALEŻNIONA OD SPRZEDAWCÓW I KONSUMENTÓW KORZYSTAJĄCYCH Z TYCH PLATFORM, A ZATEM POZOSTAJE W ZNACZNYM STOPNIU POZA KONTROLĄ GRUPY.

Obecny model biznesowy Grupy jest uzależniony głównie od tego, czy sprzedawcy i konsumenci wystawiają i nabywają produkty i usługi za pośrednictwem jej platformy. Z wyjątkiem stosunkowo niewielkiej części działalności Grupy w zakresie sprzedaży detalicznej prowadzonej bezpośrednio w Polsce oraz bardziej znaczącej działalności Grupy Mall w zakresie sprzedaży detalicznej w modelu 1P, Grupa ma ograniczony wpływ na to, które artykuły zostaną wystawione na sprzedaż, a także nie podejmuje decyzji dotyczących cen ani innych decyzji związanych z produktami kupowanymi i sprzedawanymi na jej platformie. Przyszłe przychody Grupy zależą od utrzymującego się popytu na towary oferowane przez sprzedawców na jej platformie. Popularność wśród konsumentów niektórych kategorii artykułów, takich jak artykuły komputerowe i elektroniczne, telefony komórkowe, zabawki, odzież i artykuły sportowe, może zmieniać się w czasie ze względu na postrzeganą dostępność, subiektywną wartość oraz ogólne trendy wśród konsumentów i społeczeństwa. Spadek popytu na niektóre artykuły sprzedawane za pośrednictwem platformy e-commerce Grupy, przy jednoczesnym wzroście popytu na inne artykuły, może zmniejszyć ogólny wolumen transakcji na platformach Grupy, skutkując zmniejszeniem przychodów. Niektóre z głównych czynników napędzających działalność Grupy pozostają w dużej mierze poza jej kontrolą, a Grupa jest uzależniona od tego, czy miliony użytkowników indywidualnych będą nadal preferować oferowane przez nią usługi internetowe.

Grupa dąży do stworzenia platformy, na której produkty oferowane są po konkurencyjnych cenach. Grupa nie kontroluje jednak strategii cenowych swoich sprzedawców, co może mieć wpływ na przychody Grupy oraz jej zdolność do skutecznego konkutowania pod względem cen z innymi kanałami dystrybucji wykorzystywanymi przez sprzedawców Grupy, w tym z innymi sklepami prowadzącymi sprzedaż detaliczną przez Internet oraz sklepami tradycyjnymi. Producenci mogą próbować egzekwować ustalenia dotyczące utrzymania minimalnej ceny odsprzedaży, aby uniemożliwić dystrybutorom sprzedaż na stronach internetowych Grupy lub po cenach, które mogłyby sprawić, że jej strona będzie atrakcyjniejsza w porównaniu z alternatywnymi możliwościami zakupu. Sprzedawcy detaliczni i marki mogą uznać, że są w stanie uzyskać bardziej konkurencyjne ceny swoich produktów za pośrednictwem innych kanałów dystrybucji i mogą wybrać takie inne kanały zamiast wystawiania produktów na platformie e-commerce Grupy. Wystąpienie którejkolwiek z powyższych okoliczności może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, wyniki operacyjne i sytuację finansową Grupy.

POPULARNOŚĆ PLATFORMY ALLEGRO JEST CZĘŚCIOWO UZALEŻNIONA OD RENOMY, JAKĄ CIESZY SIĘ WŚRÓD KONSUMENTÓW, OFERUJĄC IM SZEROKI ASORTYMENT PRODUKTÓW W BARDZO ATRAKCYJNYCH CENACH.

Grupa wykorzystuje różne narzędzia, aby pomóc swoim sprzedawcom w zapewnieniu konsumentom dostępu do najniższych cen na polskim rynku detalicznym i budowaniu postrzegania Allegro jako lidera rynku w zakresie niskich cen. Oznacza to m.in. systematyczny monitoring cen popularnych produktów w konkurencyjnych sklepach e-commerce i sklepach tradycyjnych. Sytuacja, w której można znaleźć lepsze ceny w innym miejscu, określana jest mianem „niedopasowania cen” i podejmowane są działania mające na celu wyeliminowanie tego niedopasowania. Działania te obejmują: i) dostarczanie sprzedawcom benchmarków cenowych i bodźców do obniżenia cen do określonego poziomu w celu przyspieszenia sprzedaży, ii) obniżanie stawek za realizację transakcji w zamian za osiągnięcie określonego punktu cenowego oraz iii) przejmowanie ustalania cen dla określonego produktu lub produktów, za zgodą sprzedawcy, w celu zmiany cen w czasie rzeczywistym, aby wyeliminować mierzone Niedopasowania cen, w zamian za obniżkę stawek za realizację transakcji. Grupa nie może zagwarantować, że metody te będą

w pełni skuteczne w konkutowaniu z innymi podmiotami z branży e-commerce, w szczególności ze sprzedawcami internetowymi, którzy posiadają własne zapasy i w pełni kontrolują ceny swojego asortymentu. W szczególności monitorowane informacje cenowe mogą zawierać błędy lub pomijać ceny oferowane przez poszczególnych konkurentów, co prowadzi do działania w oparciu o nieprawidłowe informacje cenowe. Zainteresowanie sprzedawców udziałem w tych programach cenowych może być niewystarczające lub też sprzedawcy mogą celowo podnosić ceny swoich produktów, aby uzyskać obniżki opłat za realizację transakcji, a tym samym poprawić swoją rentowność i sprzedaż. Chociaż Grupa nieustannie pracuje nad poprawą skuteczności tych narzędzi cenowych, nie może zagwarantować, że będą one zawsze w pełni skuteczne, a każda znacząca utrata reputacji Allegro jako platformy oferującej bardzo atrakcyjne ceny może mieć istotny negatywny wpływ na wielkość sprzedaży, częstotliwość odwiedzin konsumentów i inne wskaźniki rynkowe, a także niekorzystnie wpłynąć na wyniki finansowe.

UTRATA LUB NIEPOWODZENIE W ZATRUDNIENIU I UTRZYMANIU WYSOKO WYKWALIFIKOWANEJ KADRY KIEROWNICZEJ WYŻSZEGO SZCZEBLA I INNYCH KLUCZOWYCH PRACOWNIKÓW LUB NIEPOWODZENIE W UTRZYMANIU DOBRZYCH RELACJI Z PRACOWNIKAMI GRUPY MOŻE MIEĆ ISTOTNY NEGATYWNY WPŁYW NA JEJ DZIAŁALNOŚĆ.

Przyszły sukces Grupy zależy częściowo od wyników osiągniętych przez zespół kierownictwa wyższego szczebla, który posiada istotne doświadczenie w branży, w której działa Grupa. Utrata któregokolwiek z członków kierownictwa wyższego szczebla mogłaby zaszkodzić działalności Grupy.

Ponadto kompetencje i zaangażowanie pracowników Grupy są ważnymi czynnikami dla pomyślnego rozwoju Grupy oraz zarządzania szansami i ryzykiem. Z tego względu sukces Grupy zależy również od jej zdolności do pozyskiwania, szkolenia, motywowania i utrzymywania wysoko wykwalifikowanych pracowników, przy jednoczesnym budowaniu kultury korporacyjnej. Brak wykwalifikowanych i zmotywowanych pracowników mógłby utrudnić rozwój i wzrost Grupy lub zaszkodzić jej reputacji. Grupa stoi w obliczu silnej i rosnącej konkurencji ze strony lokalnych, europejskich i globalnych firm konkurencyjnych w zakresie pozyskiwania wykwalifikowanych pracowników, w tym pracowników na stanowiskach informatycznych. Utrata wykwalifikowanego personelu, duża rotacja pracowników lub utrzymujące się trudności w obsadzaniu wolnych stanowisk odpowiednimi kandydatami mogą mieć istotny negatywny wpływ na zdolność Grupy do skutecznego konkurencji w ramach prowadzonej przez siebie działalności, a ponadto Grupa może utracić znaczącą część wiedzy specjalistycznej lub też wiedza ta może stać się dostępna dla konkurentów Grupy. Ponadto aby pozyskać lub utrzymać wykwalifikowany personel, Grupa może być zmuszona do oferowania wyższych pakietów wynagrodzeń i innych świadczeń, co może prowadzić do zwiększenia kosztów osobowych. Niezdolność do pozyskania, wyszkolenia, zmotywowania lub utrzymania wykwalifikowanego personelu bez ponoszenia nadmiernych kosztów może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

W przeszłości Grupa oferowała Radzie Dyrektorów Spółki i kluczowym pracownikom Grupy możliwości dokonywania inwestycji w Grupie w celu przyciągnięcia i utrzymania wysoko wykwalifikowanych osób. Finał tych inwestycji miał miejsce w momencie przeprowadzenia pierwszej oferty publicznej Grupy w październiku 2020 roku, kiedy to zostały one zamienione na akcje zwykłe Grupy, notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Każdy z członków kierownictwa uczestniczących w programie miał możliwość sprzedaży mniejszości swoich akcji zwykłych w ramach pierwszej oferty publicznej, a pozostałe akcje mogły zostać sprzedane po upływie okresu blokady, tj. dwunastu miesięcy od daty pierwszej oferty publicznej, czyli w październiku 2021 roku. Wśród osób, które zainwestowały w Grupę w ciągu 2021 r., zaobserwowano znacznie wyższy poziom odpływu pracowników niż przed IPO, a w przyszłości Grupa może nadal odnotowywać zwiększony poziom odpływu tych osób. Grupa nie może zagwarantować, że po uwidocznieniu się wyników tych inwestycji, wszystkie osoby, które zainwestowały w Grupę w ramach IPO uznają, że dalsze zatrudnienie w Grupie jest zgodne z ich oczekiwaniami, celami osobistymi lub zawodowymi. Mimo że Kierownictwo wdrożyło programy motywacyjne, w tym programy motywacyjne oparte na akcjach, począwszy od 2021 r., w celu zapewnienia, że całkowite wynagrodzenie pozostanie konkurencyjne w stosunku do porównywalnych spółek giełdowych i zapewni dostęp do nowych utalentowanych osób chętnych do podjęcia pracy w Grupie, mogą one nie być wystarczająco atrakcyjne, aby zatrzymać tych pracowników, którzy zrealizowali inwestycje podczas IPO.

Zgodnie z obowiązującymi wymogami polskiego kodeksu pracy, Grupa w przeszłości preferowała zatrudnianie utalentowanych pracowników na podstawie umów o pracę zamiast umów typu business to business ("B2B"), mimo że te ostatnie często wiążą się z niższymi obciążeniami z tytułu podatków i ubezpieczeń społecznych zarówno po stronie kontraktora, jak i podmiotu zatrudniającego. Ze skutkiem od 2022 r. polski rząd wprowadził nowe przepisy podatkowe, które pogorszyły sytuację Grupy, ponieważ (i) w istotny sposób zwiększają korzyści finansowe wynikające z umów B2B dla kontraktorów w porównaniu z sytuacją w 2021 r. (np. poprzez obniżenie zryczałtowanej stawki podatkowej z 15% do 12% dla programistów IT działających w modelu B2B) oraz (ii) wprowadzają szczególne zasady unikania opodatkowania, które uniemożliwiają obecnym pracownikom organizacji przejście na umowy B2B z tym samym pracodawcą bez uprzedniego zerwania relacji z organizacją na okres co najmniej 24 miesięcy. Powyższe zmiany zasad istotnie zwiększają ryzyko, że zatrudnieni przez Grupę pracownicy mogą zostać przyciągnięci przez rozwiązania B2B oferowane przez inne organizacje, a jednocześnie jeszcze bardziej utrudniają oferowanie rozwiązań B2B obecnym pracownikom Grupy. Grupa nie może zapewnić, że te zmiany zasad nie będą miały istotnego wpływu na zdolność Grupy do zatrzymania obecnych utalentowanych osób przy obecnym lub umiarkowanie wyższym poziomie wynagrodzenia i mogą prowadzić do wolniejszej realizacji projektów o kluczowym znaczeniu dla zapewnienia rozwoju Grupy.

Koszty osobowe stanowią istotny czynnik kosztowy w działalności Grupy. Chociaż żaden z pracowników Grupy nie jest obecnie objęty układem zbiorowym pracy, nie ma pewności, że w przyszłości nie dojdzie do sporów pracowniczych, wstrzymania pracy, strajków lub podobnych działań, które mogłyby skłonić Grupę do przyjęcia lub wynegocjowania układu zbiorowego pracy. Wszelkie istotne spory pomiędzy Grupą a jej pracownikami mogą zakłócić działalność Grupy, doprowadzić do utraty przychodów i użytkowników oraz zwiększyć koszty operacyjne Grupy. Ponadto nie ma gwarancji, że zawarcie układu zbiorowego będzie możliwe na warunkach, które byłyby satysfakcjonujące dla Grupy. Jeżeli spory pracownicze będą miały długofalowy wpływ na działalność Grupy lub jeżeli Grupa zostanie zmuszona do zawarcia układu zbiorowego na niekorzystnych warunkach, może to w istotny sposób niekorzystnie wpłynąć na jej działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne.

FUNKCJONOWANIE PLATFORMY E-COMMERCE GRUPY W ZAKRESIE DYSTRYBUCJI PRODUKTÓW OD SPRZEDAWCÓW DO KONSUMENTÓW JEST UZALEŻNIONE OD SZEREGU USŁUGODAWCÓW ZEWNĘTRZNYCH. BRAK MOŻLIWOŚCI LUB ODMOWA BEZPIECZNEGO I TERMINOWEGO DOSTARCZANIA LUB MAGAZYNOWANIA DO ODBIORU PRODUKTÓW SPRZEDAWANYCH ZA POŚREDNICTWEM PLATFORMY E-COMMERCE GRUPY ZE STRONY TAKICH DOSTAWCÓW LUB JAKIEKOLWIEK ZMIANY WARUNKÓW I KOSZTÓW WYSYŁKI LUB JAKOŚCI USŁUG MOGĄ ZNACZĄCO ZASZKODZIĆ REPUTACJI PLATFORMY E-COMMERCE GRUPY.

W zakresie dystrybucji towarów nabywanych przez konsumentów w Internecie platforma e-commerce Grupy jest uzależniona od usług świadczonych przez szereg zewnętrznych operatorów logistycznych. Zmiany warunków i kosztów transportu, na przykład z uwagi na wzrost kosztów paliwa, lub niemożność bądź odmowa dostarczenia przez usługodawców zewnętrznych produktów sprzedawanych za pośrednictwem platformy e-commerce Grupy w bezpieczny i terminowy sposób mogą potencjalnie zaszkodzić reputacji platformy e-commerce Grupy i wywrzeć niekorzystny wpływ na jej działalność. Grupa posiada długoterminowe umowy z wieloma zewnętrznymi operatorami logistycznymi. Celem tych umów o gwarantowanym poziomie usług jest zabezpieczenie wolumenów przesyłek niezbędnych dla działalności Grupy przy zachowaniu przewidywalnego poziomu kosztów i wymaganej jakości usług, jednakże niektóre z tych umów zostały przedłużone w 2022 r. i nie ma pewności, że w przyszłości takie przedłużenie będzie możliwe na akceptowalnych warunkach. Mimo że Grupa zapewnia duże wolumeny przesyłek, a zatem jest atrakcyjnym partnerem dla zewnętrznych dostawców usług, liczba takich dostawców, którzy są w stanie świadczyć usługi na rzecz Grupy w niezbędnym zakresie, jest ograniczona. Ewentualne pogorszenie sytuacji finansowej którejkolwiek z zewnętrznych dostawców usług lub pogorszenie relacji Grupy z takimi dostawcami może niekorzystnie wpłynąć na jakość procesów logistycznych Grupy i koszty dystrybucji, a także wywrzeć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

Ponadto oprócz tradycyjnych usług kurierskich, wielu konsumentów w Grupie wybiera opcję dostawy poza miejscem zamieszkania, np. dostawę do automatów paczkowych InPost lub innych punktów odbioru/doręczenia na terenie całej Polski, w tym do sklepów Żabka, stacji benzynowych Orlen i kiosków Ruchu. Automaty paczkowe jako szczególne rozwiązanie w zakresie dostawy poza miejscem zamieszkania, tworzą system pocztowych skrzynek depozytowych, z których osoby kupujące online mogą odbierać paczki przez 24 godziny na dobę, siedem dni w tygodniu. Są one popularną opcją dostawy dla polskich konsumentów. InPost jest największym dostawcą automatów paczkowych w Polsce. Grupa zawarła długoterminową umowę ramową z InPost na dostarczanie przesyłek do paczkomatów, jednak ewentualne przyszłe obniżenie zakresu współpracy lub podwyższenie opłat za usługi może zmniejszyć atrakcyjność tej opcji dostawy. Może to wpłynąć na skłonność konsumentów do dokonywania zakupów na platformie e-commerce Grupy, co z kolei może przełożyć się negatywnie na sprzedaż Grupy, jak również na jakość procesów logistycznych Grupy i koszty dystrybucji, a także może mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

PANDEMIA COVID-19, W TYM WYNIKAJĄCA Z NIEJ NIEPEWNOŚĆ GOSPODARCZA NA ŚWIECIE ORAZ ŚRODKI PODJĘTE W ODPOWIEDZI NA PANDEMIĘ, A TAKŻE INNE PRZYSZŁE POTENCJALNE KLĘSKI ŻYWIOŁOWE LUB EPIDEMIE MOGĄ MIEĆ ISTOTNY WPŁYW NA DZIAŁALNOŚĆ GRUPY ORAZ JEJ PRZYSZŁE WYNIKI OPERACYJNE I SYTUACJĘ FINANSOWĄ.

Nowy szczep koronawirusa wywołujący chorobę COVID-19 („COVID-19”), wykryty po raz pierwszy w Chinach pod koniec 2019 r., rozprzestrzenił się na całym świecie. W marcu 2020 r. Światowa Organizacja Zdrowia uznała, że zasięg i nasilenie choroby osiągnęły poziom pandemii. W marcu 2020 r. polskie władze podjęły liczne działania mające na celu powstrzymanie wirusa, takie jak zakazy i ograniczenia podróżowania, lockdowny, kwarantanny oraz zamykanie przedsiębiorstw i miejsc pracy, wymóg zachowania dystansu społecznego, ograniczanie lub zakazywanie spotkań towarzyskich i imprez masowych. Od grudnia 2020 r. w całej Polsce i UE realizowany jest rozległy program szczepień, co przyniosło pewną poprawę wskaźników hospitalizacji, w stosunku do liczby nowych zakażeń COVID-19, w latach 2021 i 2022. Mimo że od 28 marca 2022 r. zniesiono w Polsce wszystkie ograniczenia związane z COVID, w tym obowiązkowe zasłanianie twarzy, ograniczenia w podróżowaniu i wymogi dotyczące samoizolacji, Grupa nie może wykluczyć ryzyka, że niektóre z tych ograniczeń mogą zostać ponownie wprowadzone w przyszłości. Na dzień sporządzenia niniejszego Raportu nie można przewidzieć, jak długo będzie trwała pandemia COVID-19, ponieważ mogą pojawić się nowe szczepy wirusa, które mogą być bardziej zaraźliwe i/lub bardziej niebezpieczne niż wcześniejsze, co będzie wymagało od władz państwowych ponownego wprowadzenia części najbardziej restrykcyjnych środków, jakie zastosowano w 2020 r. Ponadto nie można dokładnie przewidzieć, w jakim stopniu dodatkowy popyt, który początkowo odnotowano w segmencie e-commerce na skutek wybuchu pandemii i wprowadzenia związanych z nią ograniczeń, utrzyma się po ustąpieniu pandemii i całkowitym zniesieniu restrykcji.

Rozprzestrzenianie się wirusa COVID-19 skłoniło Grupę do wprowadzenia zmian w swoich praktykach operacyjnych, przy czym może ona podjąć dalsze działania nakazane przez władze lub takie, które uzna za leżące w najlepszym interesie jej pracowników, konsumentów, sprzedawców i innych zainteresowanych stron. Nie ma pewności, że środki te będą wystarczające do ograniczenia ryzyka związanego z COVID-19, a wdrożenie tych środków (lub ich niewystarczająca skuteczność) może spowodować zwiększoną absencję pracowników z powodu choroby i zaszkodzić zdolności Grupy do wykonywania niektórych z jej kluczowych funkcji i obsługi użytkowników.

Wydłużenie okresu pracy w domu przez większość pracowników Grupy może zacząć wywierać widoczny negatywny wpływ na ich wydajność. Działalność Grupy wymaga tworzenia różnorodnych zespołów, których zadaniem jest rozwiązywanie złożonych problemów biznesowych i inżynierskich w celu poprawy doświadczeń użytkowników korzystających z platformy, a stały rozwój osiągany w miarę upływu czasu jest istotnym czynnikiem napędzającym wzrost Grupy. Praca z domu i bliska współpraca za pośrednictwem wideokonferencji jest zdecydowanie mniej optymalnym rozwiązaniem niż praca zespołowa w biurze, w szczególności do tego celu zaprojektowanych pomieszczeniach, co może z czasem przełożyć się na wolniejsze tempo rozwoju platformy handlowej i spowolnić wzrost Grupy. W 2022 r. Grupa dokonała poważnych inwestycji w wyposażenie nowych, bardziej nowoczesnych biur, w których będą mogli pracować jej pracownicy po zniesieniu ograniczeń związanych z zachowaniem dystansu społecznego i wysokim ryzykiem zakażenia wirusem COVID-19 oraz po ich pełnym powrocie do pracy w biurach. Istnieje ryzyko, że przedłużona praca z domu lub dodatkowe ograniczenia dotyczące dopuszczalnego zagęszczenia osób pracujących stacjonarnie mogą znacząco obniżyć efektywność kosztową powierzchni biurowej w stosunku do poziomu rynkowego sprzed pandemii. Sytuacja taka może mieć istotny wpływ na wyniki finansowe i operacyjne Grupy.

O ile pandemia COVID-19 doprowadziła do szybszego wzrostu GMV na platformie handlowej, o tyle działalność Grupy w zakresie sprzedaży biletów w systemie eBilet została ograniczona w wyniku długiego zamknięcia branży wydarzeń rozrywkowych organizowanych na żywo. Od czasu zniesienia ograniczeń dotyczących wydarzeń rozrywkowych organizowanych na żywo w drugiej połowie 2021 r. sprzedaż biletów znacznie wzrosła, a sprzedaż biletów w serwisie eBilet stanowi 0,9% GMV w działalności prowadzonej w Polsce w 2022 r. (w porównaniu z 1,0%, 0,2% i 0,3% GMV Grupy w latach zakończonych odpowiednio 31 grudnia 2019, 2020 i 2021 r.). Jest jednak możliwe, że niektóre ograniczenia dotyczące imprez rozrywkowych odbywających się

na żywo zostaną ponownie nałożone, jeśli pandemia ponownie się nasili. Jeśli odbicie w branży rozrywki na żywo nie będzie trwałe, może to mieć wpływ na rentowność spółki eBilet w perspektywie średnioterminowej, a Grupa może być zmuszona do rozpoznania utraty wartości bilansowej inwestycji i dokonania odpisu określonych kwot aktywów netto. Stopień, w jakim pandemia COVID-19 wpłynie na działalność, wyniki operacyjne i sytuację finansową Grupy będzie zależał od przyszłego rozwoju sytuacji w zakresie powyższych problemów i na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania pozostaje on obciążony wysokim stopniem niepewności i nie jest możliwy do przewidzenia.

NIEUCZLIWE DZIAŁANIA UŻYTKOWNIKÓW GRUPY MOGĄ PROWADZIĆ DO POWSTANIA SPORÓW DOTYCZĄCYCH ZAWARTOŚCI PLATFORMY GRUPY I MOGĄ NIEKORZYSTNIE WPŁYNAĆ NA JEJ WYNIKI OPERACYJNE, MARKĘ I REPUTACJĘ ORAZ SPOWODOWAĆ ZNACZNE ZMNIJSZENIE SKALI KORZYSTANIA Z USŁUG.

Grupa jest narażona na ryzyko oszustw dokonywanych na jej platformach przez użytkowników Grupy, w tym na przykład oszustw polegających na sprzedaży podrobionych artykułów, niedostarczeniu towarów po otrzymaniu zapłaty oraz dokonywaniu zakupów z wykorzystaniem informacji o kartach kredytowych i płatnościach zapisanych na przejętych kontach. Mimo że Grupa wdrożyła środki mające na celu wykrywanie i ograniczanie występowania oszustw, takie jak współpraca z markami i reagowanie na zgłoszenia użytkowników w celu usuwania ofert podrobionych artykułów, monitorowanie transakcji i działań użytkowników w celu wykrywania podejrzanej aktywności oraz wdrażanie mechanizmów antybotowych w celu przeciwdziałania złym doświadczeniom konsumentów i zwiększania ich zadowolenia, nie można mieć pewności, że środki te okażą się wystarczające do dokładnego wykrywania oszustw, zapobiegania im lub ich powstrzymywania. W miarę wzrostu sprzedaży na platformie e-commerce Grupy koszty eliminowania skutków nieuczciwych działań, w tym koszty zwrotu należności konsumentom,

mogą znacząco wzrosnąć, co może mieć negatywny wpływ na wyniki operacyjne Grupy. Ponadto użytkownicy mogą dopuszczać się oszustw lub innych nielegalnych działań podczas korzystania z dowolnej platformy administrowanej przez Grupę, co może zaszkodzić reputacji Grupy, narazić ją na odpowiedzialność cywilną lub karną oraz wpłynąć na jej wyniki finansowe.

Grupa nie może wykluczyć, że którekolwiek z powyższych zdarzeń może wystąpić w przyszłości i zaszkodzić jej działalności lub reputacji. Wystąpienie którejkolwiek z powyższych okoliczności może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, wyniki operacyjne i sytuację finansową Grupy. Ryzyko to może jeszcze wzrosnąć w związku z nadchodzącymi zmianami w przepisach dotyczących internetowych platform handlowych (m.in. Akt o usługach cyfrowych, nowelizacja przepisów dotyczących ogólnego bezpieczeństwa produktów), które nałożą dodatkowe obciążenia i zwiększą odpowiedzialność za produkty i zachowania użytkowników.

ZMIANY LICZBY KONSUMENTÓW DOKONUJĄCYCH ZWROTÓW TOWARÓW MOGĄ ZWIĘKSZYĆ KOSZTY GRUPY I MIEĆ NIEKORZYSTNY WPŁYW NA JEJ DZIAŁALNOŚĆ.

Polityka Grupy w zakresie zwrotów jest zgodna z polskimi przepisami o ochronie konsumentów i przewiduje, że konsument może zwrócić zakupiony towar w przypadku, gdy sprzedawcą jest przedsiębiorca (tj. osoba prowadząca działalność gospodarczą lub zawodową, a nie osoba prywatna nieprowadząca działalności gospodarczej), pod warunkiem, że konsument zawiadomi sprzedawcę o chęci zwrotu w ciągu 14 dni od otrzymania towaru i odeśle go w ciągu 14 dni od przekazania zawiadomienia. Jeżeli Grupie nie uda się zrealizować i spełnić oczekiwań konsumentów co do zakupionych produktów lub jeżeli wskaźnik zwrotów dokonywanych przez konsumentów wzrośnie z innych powodów (np. z powodu zmian w zachowaniu konsumentów lub nadużywania polityki zwrotów przez osoby, które w rzeczywistości nie chcą nabyć produktów Grupy), może to zwiększyć koszty Grupy (związane ze zwrotami zakupów dokonanych

w ramach usługi SMART!), a Grupa może stracić obecnych lub potencjalnych konsumentów lub sprzedawców, co mogłoby wpłynąć na jej przychody z tytułu funkcjonowania platformy i przychody ze sprzedaży detalicznej. Niektórzy konkurenci Grupy w zakresie sprzedaży detalicznej oferują bardziej elastyczne zasady zwrotu towarów. Ponadto konsumenci Grupy mogą oczekiwać wydłużenia okresu na zwrot zakupu z obecnych 14 dni. W takim przypadku Grupa nie może wykluczyć, że konsumenci niezadowoleni z 14-dniowego terminu na dokonanie zwrotu zdecydują się na zakup produktów u konkurentów Grupy, którzy oferują możliwość zwrotu w okresie dłuższym niż 14 dni, co mogłoby spowodować utratę konsumentów. Powyższe czynniki mogą mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

ZMIANY W PROGRAMIE ALLEGRO PROTECT MOGĄ ZWIĘKSZYĆ KOSZTY GRUPY I MIEĆ NIEKORZYSTNY WPŁYW NA JEJ DZIAŁALNOŚĆ.

We wrześniu 2022 r. Grupa zmieniła nazwę swojego programu ochrony kupujących na Allegro Protect. Nowy program gwarantuje zwrot środków w ciągu 48 godzin przez dwa lata od daty zakupu. Zwiększono również limit rekompensaty za nieudane zakupy do 20 tys. PLN. Program Allegro Protect oferuje dodatkowe korzyści, dzięki którym klienci będą mieli jeszcze większą

pewność w dokonywaniu zakupów na Allegro, co ma przyczynić się do wzrostu GMV Grupy. Niemniej jednak Grupa nie może wykluczyć, że wyższe koszty programu przewyższą korzyści oczekiwane przez Grupę, co może mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

W CELU OBSŁUGI ZADŁUŻENIA I UTRZYMANIA DZIAŁALNOŚCI, GRUPA BĘDZIE POTRZEBOWAĆ ZNACZNYCH ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH. ZDOLNOŚĆ GRUPY DO GENEROWANIA LUB POZYSKIWANIA WYSTARCZAJĄCYCH ŚRODKÓW PIENIĘŻNYCH JEST UZALEŻNIONA OD WIELU CZYNNIKÓW, NA KTÓRE GRUPA NIE MA WPŁYWU.

Zdolność Grupy do terminowej spłaty kapitału i odsetek z tytułu zadłużenia, w tym zobowiązań Grupy wynikających z Umowy Kredytów Nadrzędnych, o ile wymagane są płatności w gotówce, oraz do finansowania bieżącej działalności Grupy lub planowanych nakładów inwestycyjnych będzie uzależniona od przyszłych wyników Grupy i jej zdolności do generowania środków pieniężnych, co w pewnym stopniu uzależnione jest m.in. od ogólnych czynników ekonomicznych, finansowych, związanych z konkurencją, ustawodawstwem, przepisami prawnymi czy regulacjami, jak również od innych czynników omówionych w niniejszym rozdziale „Czynniki ryzyka”, z których wiele pozostaje poza kontrolą Grupy.

Na dzień 31 grudnia 2022 r. termin spłaty całego zadłużenia brutto Grupy przypada na październik 2025 r., po zrefinansowaniu przez Grupę w listopadzie 2022 r. Kredytu Dodatkowego w wysokości 1,0 mld PLN, który został zaciągnięty w celu sfinansowania przejęcia Grupy Mall / WE|DO w ramach Umowy Kredytów Nadrzędnych („SFA”). Ostateczny termin spłaty Nowego Kredytu Dodatkowego to 14 października 2025 r., podobnie jak w przypadku Kredytu Terminowego B w kwocie 5 500 000 000 PLN, również udzielonego w ramach umowy SFA. Przed ostatecznym terminem spłaty nie są wymagalne żadne wcześniejsze płatności z tytułu Nowego Kredytu Dodatkowego, a kredyt ma rangę równorzędną z innymi kredytami udzielonymi na mocy umowy SFA.

Jeżeli w terminie zapadalności Nowego Kredytu Dodatkowego lub Kredytów Nadrzędnych Grupa nie będzie dysponowała przepływami pieniężnymi z działalności

operacyjnej i innymi zasobami kapitałowymi wystarczającymi do spłaty zobowiązań z tytułu zadłużenia lub do zaspokojenia innych potrzeb płynnościowych Grupy, Grupa może być zmuszona do refinansowania lub restrukturyzacji swojego zadłużenia. Ponadto Grupa może być zmuszona do refinansowania całości lub części swojego zadłużenia w terminie jego wymagalności lub przed jego upływem (całość zadłużenia Grupy na dzień 31 grudnia 2022 r. przypada do spłaty w październiku 2025 r.). Jeżeli Grupie nie uda się zrefinansować lub zrestrukturyzować całości lub części swojego zadłużenia lub uzyskać takiego refinansowania lub restrukturyzacji na akceptowalnych warunkach, może ona być zmuszona do sprzedaży aktywów lub pozyskania dodatkowego finansowania dłużnego lub kapitałowego w kwotach, które mogą osiągnąć znaczne wartości lub posiadacze instrumentów dłużnych Grupy mogą wystąpić o przyspieszenie spłaty zadłużenia Grupy i, jeśli takie zadłużenie jest zabezpieczone, dokonać egzekucji z majątku Grupy. Rodzaj, terminy i warunki wszelkich przyszłych transakcji finansowania, restrukturyzacji, sprzedaży aktywów lub innych transakcji pozyskiwania kapitału będą uzależnione od potrzeb Grupy w zakresie środków pieniężnych oraz od warunków panujących na rynkach finansowych. Grupa nie może zapewnić, że będzie w stanie zrealizować którekolwiek z tych działań w odpowiednim terminie lub na warunkach uzasadnionych z ekonomicznego punktu widzenia, o ile w ogóle będzie w stanie je zrealizować. W takim przypadku Grupa może nie posiadać wystarczających aktywów do spłaty całości zadłużenia. Ponadto warunki Nowej Umowy Kredytowej mogą ograniczyć zdolność Grupy do podjęcia któregośkolwiek z tych działań.

INTERESY ZNACZĄCYCH AKCJONARIUSZY SPÓŁKI MOGĄ BYĆ SPRZECZNE Z INTERESAMI INNYCH AKCJONARIUSZY.

Znaczący akcjonariusze, w związku z posiadaniem akcji Spółki i zasiadaniem w Radzie Dyrektorów, mają i będą mieli, bezpośrednio lub pośrednio, możliwość wpływania na strukturę prawną i kapitałową Spółki, na wynik spraw wymagających podjęcia działań przez akcjonariuszy oraz na inne istotne decyzje dotyczące działalności Grupy. Wszelkie konflikty pomiędzy kierownictwem wyższego szczebla a znaczącymi akcjonariuszami Grupy mogą mieć negatywny wpływ na Grupę i jej działalność. Ponadto znaczący akcjonariusze mogą prowadzić interesy z innymi podmiotami i/lub spółkami portfelowymi, które mogą być sprzeczne z interesami Grupy lub z potencjalnymi transakcjami, które Grupa może chcieć zawrzeć. Co więcej działania znaczących akcjonariuszy Grupy mogą negatywnie wpłynąć na działalność Grupy, w tym na jej wizerunek,

markę lub zdolność do refinansowania zadłużenia, jeżeli instytucje finansowe uznają taką własność za istotnie niekorzystną dla ich gotowości do refinansowania lub pozyskania kapitału. Nie ma pewności, że interesy znaczących akcjonariuszy Grupy będą zgodne z interesami pozostałych akcjonariuszy lub Grupy ani że znaczący akcjonariusze będą wykonywać swoje prawa z korzyścią dla wszystkich akcjonariuszy.

GRUPA JEST UZALEŻNIONA OD ZEWNĘTRZNYCH DOSTAWCÓW OPROGRAMOWANIA MARKETINGOWEGO, CHMUROWEGO I OPROGRAMOWANIA INFRASTRUKTURY BIUROWEJ, A TAKŻE OD USŁUG ZWIĄZANYCH Z SERWISAMI SPOŁECZNOŚCIOWYMI I KOMUNIKATORAMI W ZAKRESIE KOMUNIKACJI Z UŻYTKOWNIKAMI.

Grupa jest uzależniona od zewnętrznych dostawców oprogramowania wykorzystywanego przez nią do prowadzenia działalności. Przykładowo Grupa korzysta obecnie z licencji na oprogramowanie biznesowe udzielanych przez Google, a wszelkie zmiany w dostępności takiego oprogramowania mogłyby spowodować istotne zakłócenia w działalności Grupy. Grupa korzysta również z usług z zakresu serwisów społecznościowych i komunikatorów, w tym usług telefonicznych i czatów, w celu komunikowania się ze swoimi użytkownikami. Zmiany warunków korzystania z tych usług mogłyby ograniczyć możliwości Grupy w zakresie promocji, a ponadto mogłyby dojść do spadku wykorzystania takich serwisów społecznościowych przez obecnych i potencjalnych konsumentów oraz sprzedawców. Grupa w coraz większym stopniu korzysta z usług opartych na przetwarzaniu w chmurze w zakresie przeprowadzania analiz i przechowywania danych wykorzystywanych przez jej główne platformy, tj. platformę handlową i porównywarkę cen.

Jakiegokolwiek przerwy w dostępności usług w chmurze mogłyby pogorszyć jakość doświadczeń użytkowników platform, natomiast gwałtowny wzrost kosztów mogłyby zmusić Grupę do zwiększenia inwestycji kapitałowych w celu ograniczenia zależności od usług opartych na przetwarzaniu w chmurze. Przerwa w działalności Grupy spowodowana niedostępnością oprogramowania lub brakiem możliwości komunikowania się Grupy z użytkownikami korzystającymi z usług serwisów społecznościowych i komunikatorów, w tym usług telefonicznych i czatów, mogłaby negatywnie wpłynąć na reputację Grupy i wyrzucić istotny niekorzystny wpływ na jej działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne.

GRUPA JEST UZALEŻNIONA OD SERWISÓW PRZELEWY24 I PAYU W ZAKRESIE PRZETWARZANIA PŁATNOŚCI, A POGORSZENIE RELACJI Z TYMI USŁUGODAWCAMI ZEWNĘTRZNYMI LUB NIEPRAWIDŁOWE FUNKCJONOWANIE TYCH USŁUG MOŻE MIEĆ ISTOTNY NEGATYWNY WPŁYW NA JEJ DZIAŁALNOŚĆ, WYNIKI OPERACYJNE LUB SYTUACJĘ FINANSOWĄ.

Grupa jest uzależniona od serwisów Przelewy24 i PayU w zakresie przetwarzania płatności, które to serwisy łącznie przetwarzają zdecydowaną większość płatności dokonywanych na platformie e-commerce Grupy. Wszelkie przerwy w dostępności ich usług mogą mieć wpływ na możliwość realizacji sprzedaży na platformie e-commerce Grupy, a także na terminowe wypłacanie środków sprzedawcom Grupy. Zakłócenia w funkcjonowaniu platformy e-commerce Grupy mogą negatywnie wpłynąć na jej reputację, obniżyć wartość jej marek i wyrzucić istotny niekorzystny wpływ na jej działalność, wyniki operacyjne i sytuację finansową.

Ponadto wszelkie awarie dotyczące którejkolwiek z funkcji tych serwisów w zakresie przetwarzania płatności mogą prowadzić do powstania roszczeń użytkowników twierdzących, że zakupy lub płatności nie zostały prawidłowo autoryzowane lub zostały przesłane w sposób błędny, a także do ryzyka, że konsumenci nie będą dysponować wystarczającymi środkami oraz do ryzyka oszustwa.

Chociaż Grupa wdrożyła system wykrywania oszustw oparty na narzędziach uczenia maszynowego, wszelkie niepowodzenia w unikaniu lub ograniczaniu strat wynikających z nieuczciwych transakcji mogą zaszkodzić reputacji Grupy i spowodować wzrost kosztów obsługi prawnej.

Jeżeli Grupa nie będzie w stanie polegać na serwisach Przelewy24 i PayU w wyniku zakłóceń w systemie płatności lub rozwiązania umów zawartych przez Grupę z tymi dostawcami usług płatniczych, Grupa może ponieść dodatkowe koszty lub być narażona na spadek przychodów z transakcji, co może mieć istotny negatywny wpływ na jej działalność, wyniki operacyjne i sytuację finansową.

DZIAŁALNOŚĆ DETALICZNA GRUPY PROWADZONĄ W MODELU 1P JEST OBARCZONA RYZYKIEM UTRATY RENTOWNOŚCI, RYZYKIEM ZAPASÓW ORAZ RYZYKIEM REGULACYJNYM, KTÓRE MOGĄ WZROSNAĆ W PRZYPADKU ZNACZNEGO ZWIĘKSZENIA WZGLĘDNEJ WIELKOŚCI DZIAŁALNOŚCI DETALICZNEJ PROWADZONEJ W MODELU 1P W STOSUNKU DO DZIAŁALNOŚCI PROWADZONEJ NA PLATFORMIE W MODELU 3P.

Potencjalny znaczący rozwój działalności detalicznej Grupy w modelu 1P może narazić Grupę na ryzyko utraty rentowności, ryzyko związane z zapasami oraz ryzyko regulacyjne.

Działalność detaliczna Grupy w modelu 1P, w zakresie działalności w Polsce, charakteryzuje się mniej korzystną rentownością strukturalną, w tym niższym wskaźnikiem EBITDA/przychody netto, niż działalność Grupy w modelu 3P. W związku z tym, jeżeli zwiększona konkurencja lub inne czynniki spowodują, że Grupa znacząco zwiększy udział działalności detalicznej w modelu 1P w swojej działalności ogółem, rentowność działalności Grupy może być niższa niż w przeszłości. Sprzedawcy Grupy mogą również zmniejszyć liczbę aktywnych ofert na platformie Grupy w wyniku rzeczywistego lub odczuwanego zagrożenia bezpośrednią konkurencją ze strony działalności detalicznej Grupy w modelu 1P. Chociaż Grupa dąży do poprawy rentowności strukturalnej swojej działalności detalicznej w Polsce w modelu 1P, oczekuje, że jej działalność detaliczna w modelu 1P pozostanie mniej rentowna w porównaniu z działalnością w modelu 3P.

Ryzyko związane z zapasami może niekorzystnie wpłynąć na wyniki operacyjne Grupy ze względu na sezonowość, szybkie zmiany cykli produkcyjnych i cen, wady produktów, zmiany popytu ze strony użytkowników i ich przyzwyczajenia w zakresie wydawania pieniędzy, zmiany gustów konsumentów odnośnie do produktów oferowanych przez Grupę, psucie się produktów i inne czynniki. Grupa stara się przewidywać te tendencje, ponieważ zbyt duże lub zbyt małe ilości zapasów produktów sprzedawanych przez Grupę mogą skutkować niższą sprzedażą, utraconymi szansami lub nadmiernymi przecenami, a każde z tych zjawisk może mieć istotny wpływ na wyniki finansowe i operacyjne Grupy.

Po przejęciu Grupy Mall w kwietniu 2022 r., działalność Grupy w modelu 1P obejmuje również działalność Mall w modelu 1P, w ramach której Grupa koncentruje się na poprawie sytuacji w zakresie tej działalności poprzez optymalizację asortymentu 1P i poziomów zapasów w celu zwiększenia rentowności działalności handlowej i zarządzania przepływami pieniężnymi, optymalizację kosztów w celu ograniczenia negatywnego wpływu strat na EBITDA Grupy, a także dostosowanie wydatków marketingowych do strategii nowej platformy w celu poprawy wskaźnika ROI, udoskonalenie narzędzi marketingowych dla marek w celu zwiększenia przychodów z reklam. Jeżeli Grupie nie uda się poprawić wyników działalności Mall w modelu 1P, może to mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

Chociaż Grupa stara się przestrzegać wszystkich obowiązujących przepisów i zasad w zakresie ochrony konsumentów, bezpieczeństwa produktów i sprawiedliwego traktowania sprzedawców, działalność detaliczna Grupy w modelu 1P może również być przedmiotem wzmożonej kontroli ze strony organów regulacyjnych w związku z zarzutami naruszenia zasad ochrony konsumentów, przepisów dotyczących bezpieczeństwa produktów i zrównoważonego rozwoju lub stosowania praktyk biznesowych ograniczających konkurencję.

Każde z tych ryzyk ulegnie nasileniu w przypadku wzrostu skali działalności detalicznej Grupy w modelu 1P, zwłaszcza jeśli wzrost ten będzie znaczący w porównaniu z wielkością działalności na platformie e-commerce Grupy w modelu 3P. Wystąpienie któregośkolwiek z tych rodzajów ryzyka może mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, wyniki operacyjne i sytuację finansową Grupy.

GRUPA JEST NARAŻONA NA RÓŻNE RODZAJE RYZYKA, KTÓRE MOGĄ NIE BYĆ OBJĘTE DOSTATECZNĄ OCHRONĄ UBEZPIECZENIOWĄ.

Grupa jest narażona na ryzyko wynikające z czynników zewnętrznych, na które nie ma ona wpływu, w tym między innymi na ryzyko wypadków, aktów wandalizmu, zagrożeń naturalnych, aktów terroryzmu, szkód i strat spowodowanych przez pożary, awarie zasilania, powódzie lub inne zdarzenia, które mogą potencjalnie prowadzić do zakłócenia działalności gospodarczej Grupy, obrażeń ciała, szkód w mieniu osób trzecich lub w środowisku naturalnym. Grupa korzysta na przykład z usług zewnętrznych dostawców centrów danych, których obiekty mogą ulec poważnej awarii w wyniku uszkodzenia fizycznego lub cyberataku, narażając tym samym Grupę na straty wykraczające poza zakres ochrony ubezpieczeniowej. Ponadto działalność Grupy związana z bezpośrednią sprzedażą towarów niesie ze sobą konkretne rodzaje ryzyka, takie jak ryzyko pożaru, upadku z wysokości, upadku przedmiotów z regałów magazynowych i w trakcie ich przemieszczania, czy też ryzyko związane z ruchem drogowym, które

może skutkować uszkodzeniem sprzętu, uszkodzeniem mienia osób trzecich oraz obrażeniami ciała lub śmiercią. Wypadki lub inne zdarzenia, które mają miejsce w magazynie Grupy lub dotyczą personelu bądź działalności Grupy, mogą prowadzić do powstania roszczeń odszkodowawczych wobec Grupy i mogą naruszać jej reputację. Chociaż Grupa ubezpiecza się od takich strat w zakresie i za cenę, które uznaje za stosowne, polisy ubezpieczeniowe Grupy zawierają pewne wyłączenia i ograniczenia, a Grupa nie może zagwarantować, że wszystkie istotne zdarzenia powodujące szkody lub straty zostaną w pełni lub w wystarczającym stopniu pokryte przez stosowną polisę ubezpieczeniową. W rezultacie wysokość wszelkich kosztów, w tym kar lub odszkodowań, które Grupa może ponieść w takich okolicznościach może znacznie przekroczyć sumę ubezpieczenia, które Grupa posiada na wypadek takich strat. Ponadto ubezpieczyciele Grupy mogą stać się niewypłacalni. Wystąpienie któregośkolwiek z tych zdarzeń, samodzielnie lub łącznie, może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

RYZYKA ZWIĄZANE Z GRUPĄ MALL I WE | DO (RAZEM „PRZEJMOWANE PODMIOTY” / „SEGMENT MALL”)

RYZYKO ZWIĄZANE Z REALIZACJĄ STRATEGII GRUPY W ZAKRESIE PRZEKSZTAŁCENIA PRZEJMOWANYCH PODMIOTÓW ORAZ POPRAWY ICH ROZWOJU I WYNIKÓW FINANSOWYCH

Strategia Grupy odnośnie do Przejmowanych Podmiotów zakłada ich znaczącą transformację w kierunku spójnego modelu biznesowego skoncentrowanego na platformie handlowej, zarządzanego przez zintegrowaną organizację. Realizacja tej strategii uzależniona jest od czynników wewnętrznych, tj. przede wszystkim od skutecznej realizacji planów rozwoju przez Przejmowane Podmioty pod nadzorem Grupy, jak również od czynników zewnętrznych, których wystąpienie jest niezależne od działań podejmowanych przez Grupę i których, pomimo dołożenia należytej staranności przy negocjowaniu i zobowiązaniu się do przejęcia, Grupa może nie być w stanie w pełni przewidzieć lub nie być w stanie w pełni ograniczyć.

Czynniki te obejmują między innymi:

• Uruchomienie platformy handlowej 3P w krajach, w których Grupa Mall prowadzi działalność

Obecnie działalność Segmentu Mall jest zdominowana przez własny model sprzedaży (1P) Grupy Mall. Z czasem Grupa planuje przekształcić profil działalności Segmentu Mall poprzez uruchomienie platformy 3P w krajach, w których Grupa Mall prowadzi działalność („CE-5”, Chorwacja, Czechy, Węgry, Słowacja, Słowenia), wprowadzając model biznesowy, który sprawdził się już w Polsce jako zdolny do generowania silnego wzrostu i marż, a w którym Grupa ma bogate doświadczenie i wysokie kompetencje. W związku z tym Grupa szacuje, że z czasem większość GMV może być generowana przez platformę handlową w modelu 3P, która w dużej mierze powinna odpowiadać za wzrost przychodów i zysków Segmentu Mall w przyszłości.

Grupa zamierza uruchomić platformę 3P w Czechach w 2023 r. Aby ten kluczowy cel był możliwy do zrealizowania, należy osiągnąć następujące założenia:

1. umożliwienie ok. 130 tysiącom polskich i międzynarodowych sprzedawców w modelu 3P, działających już na platformie Grupy, sprzedaży ich ofert w krajach CE-5, a także wyrażenie przez znaczną część tych sprzedawców zgody na sprzedaż w krajach CE-5
2. wykorzystanie funkcjonalności już dostępnych w oprogramowaniu platformy handlowej 3P Grupy w krajach CE-5 poprzez przygotowanie przetłumaczonych wersji stron internetowych i treści ofert, tak aby lokalni konsumenci mogli wygodnie dokonywać transakcji 3P z obecną i przyszłą bazą sprzedawców Grupy
3. wykorzystanie funkcjonalności już dostępnych w oprogramowaniu platformy handlowej 3P Grupy w celu zachęcenia sprzedawców z krajów CE-5 do wystawiania swoich ofert i zawierania transakcji z konsumentami na platformie handlowej Allegro w krajach CE-5 oraz, jeżeli wyrażą takie życzenie, również w Polsce.

Z powyższą transformacją w kierunku platformy handlowej funkcjonującej w modelu 3P w Czechach i innych krajach, w których działa Grupa Mall, wiąże się różne rodzaje ryzyka, w tym m.in.:

- mogą wystąpić trudności techniczne, które mogą spowodować opóźnienie uruchomienia platformy 3P i transformacji profilu biznesowego lub pogorszyć doświadczenia użytkowników oferowane sprzedawcom lub konsumentom
- liczba sprzedawców chętnych do sprzedaży międzynarodowej może być mniejsza niż przewidywano, co doprowadzi albo do uboższego asortymentu, albo do konieczności zapewnienia większych zachęt finansowych w celu dostarczenia lokalnym konsumentom pożądanej skali doświadczeń związanych z platformą handlową
- konsumenci w krajach, które są obecnie obsługiwane przez Mall, mogą nie dostosować się do doświadczeń użytkownika oferowanych przez model platformy e-commerce lub niechętnie dokonywać zakupów u sprzedawców, którzy nie mają siedziby w danym kraju, co spowoduje mniejszą częstotliwość zakupów i liczbę konsumentów niż przewidywano
- wahania kursów walut lub fundamentalne zmiany kosztów prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce w stosunku do krajów obsługiwanych obecnie przez Grupę Mall mogą doprowadzić do erozji wszystkich lub niektórych korzyści wynikających z poziomu cen, które Grupa zidentyfikowała jako przewagę konkurencyjną w momencie podejmowania decyzji o przejściu
- lokalni konkurenci mogą zareagować bardziej agresywnie niż przewidywano, co utrudni realizację wzrostów bazy klientów, częstotliwości zakupów lub pożądanych wskaźników realizacji transakcji, których oczekuje się w związku z transformacją platformy handlowej
- trudności dla Grupy i jej sprzedawców w zarządzaniu transakcjami międzynarodowymi, takie jak przestrzeganie różnych przepisów lub złożoność obsługi klienta lub zarządzania zwrotami, mogą okazać się większe niż przewidywano i prowadzić do pogorszenia doświadczeń konsumentów i sprzedawców, co z kolei może mieć negatywny wpływ na wyniki finansowe platformy handlowej
- opracowanie lokalnej wersji językowej platformy handlowej, która będzie funkcjonować na każdym z rynków, na których działa Grupa Mall, może okazać się droższe niż zakładano i/lub osiągnięcie odpowiedniego poziomu jakości tłumaczenia, w większości przygotowanego przy pomocy narzędzi do tłumaczeń automatycznych, który będzie możliwy do zaakceptowania przez lokalnych konsumentów i sprzedających. Sytuacja taka mogłaby prawdopodobnie skutkować gorszymi od oczekiwanych wynikami platformy handlowej Allegro na nowych rynkach.
- **Integracja istniejących platform sprzedażowych Grupy Mall z platformami Grupy**
Strategia Grupy dotycząca Segmentu Mall zakłada integrację jej platform sprzedaży internetowej z istniejącą platformą handlową 3P Grupy, poprzez przekształcenie Mall w jednego z głównych sprzedawców detalicznych na nowej lokalnej platformie handlowej 3P, która zostanie uruchomiona najpierw w Czechach, a następnie w innych krajach CE-5. Skuteczna realizacja tej strategii przez Grupę zależy w dużej mierze od szybkiej i sprawnej integracji tych platform. Istnieje również możliwość, że przekształcenie obecnej działalności detalicznej Mall w jednego ze sprzedawców na nowej lokalnej platformie 3P Allegro będzie miało negatywny wpływ na wyniki finansowe Mall, ze względu na zwiększoną konkurencję ze strony innych sprzedawców oraz inne czynniki. Wszelkie opóźnienia w realizacji strategii Segmentu Mall oraz ewentualne inne niepowodzenia w tym zakresie mogą mieć negatywny wpływ na wyniki finansowe Grupy, w tym zarówno na wzrost, jak i marżę zysku.
- **Utrzymanie obecnej bazy aktywnych kupujących Grupy Mall**
Integracja platform Grupy Mall z platformą Grupy, z punktu widzenia konsumenta, oznaczać będzie pewne zmiany w ich wyglądzie, funkcjonalnościach oraz sposobie ich użytkowania przez klientów. Grupa planuje wprowadzanie wszystkich tych zmian stopniowo i przy stałym monitorowaniu reakcji konsumentów na wdrażane rozwiązania, jednak istnieje ryzyko utraty części klientów platform Grupy Mall, przyzwyczajonych do dotychczasowej formy usług. Utrata konsumentów może doprowadzić do spadku przychodów Grupy Mall, a tym samym do pogorszenia wyników finansowych Grupy. Ponadto jeśli rozszerzony asortyment usług

oferowanych przez polskich i międzynarodowych sprzedawców Grupy nie będzie wystarczająco atrakcyjny dla konsumentów w krajach CE-5 lub jeśli doświadczenia użytkowników i wygoda korzystania z platformy nie spełnią ich oczekiwań, Grupa może pozyskać mniej nowych Aktywnych Kupujących na połączone platformy w krajach CE-5 niż planowała, co przełoży się na wolniejszy wzrost i niższe marże zysku.

- **Transgraniczna logistyka towarów w Grupie Mall**

Grupa planuje, że w przyszłości dużą część przychodów Segmentu Mall będą stanowić polscy i zagraniczni sprzedawcy w modelu 3P, działający już na platformie Grupy, którzy rozpoczną dystrybucję swoich towarów do klientów Grupy Mall w krajach CE-5. Ze względu na większą złożoność procesów logistycznych przy sprzedaży transgranicznej, terminy dostaw mogą być dłuższe niż przyjęte w założeniach planistycznych Grupy. Wydłużenie czasu dostawy zmniejszyłoby wygodę dokonywania zakupów przez aktywnych kupujących dokonujących zakupów na połączonej platformie i mogłoby zmniejszyć ich skłonność do kontynuowania zakupów w połączonej Grupie, co w konsekwencji mogłoby mieć negatywny wpływ na wzrost i marżę zysku.

- **Ryzyko niedoszacowania kosztów integracji, kosztów uruchomienia platformy 3P, kosztów działalności Mall w modelu 1P oraz innych kosztów operacyjnych Segmentu Mall w krajach CE-5**

Przygotowując analizę biznesową dotyczącą przejścia i przekształcenia Segmentu Mall w podmiot prowadzący działalność e-commerce opartą na platformie handlowej, Grupa przyjęła pewne założenia dotyczące kosztów i harmonogramu prac niezbędnych do przekształcenia istniejącej działalności Mall w modelu 1P, przygotowania i uruchomienia platformy 3P najpierw w Czechach, a później ewentualnie także w innych krajach. Jeżeli okaże się, że koszty tej działalności będą wyższe niż zakładane w planach Grupy, może to doprowadzić do pogorszenia wyników finansowych Grupy oraz przepływów pieniężnych z tytułu przejścia. Ponadto koszty operacyjne związane z nowym modelem działania Grupy Mall, w tym między innymi koszty wynagrodzeń, marketingu, logistyki i obsługi klienta, mogą okazać się wyższe niż zakładano i doprowadzić do uzyskania niższych marż i niższych wolnych przepływów pieniężnych niż zakładano w momencie przejścia.

- **Utrzymanie kluczowych pracowników i kierownictwa**

Grupa zamierza wykorzystać kompetencje, specjalistyczną wiedzę i doświadczenie zarówno członków zarządów, jak i pozostałych pracowników Przejmowanych Podmiotów. Utrata kluczowych pracowników, a w szczególności kierownictwa wyższego szczebla, może mieć negatywny wpływ na perspektywy rozwoju Grupy w krajach CE-5 oraz na przyszłe wyniki finansowe osiągnięte przez Grupę. Grupa będzie dążyła do ograniczenia powyższego ryzyka poprzez wdrożenie odpowiednich systemów motywacyjnych dla pracowników.

- **Możliwe trudności w stworzeniu jednolitej kultury w ramach Grupy i/lub w stworzeniu efektywnej struktury organizacyjnej zarządzającej w poszczególnych krajach i funkcjach**

Stosunkowo niewielkie różnice kulturowe w stosunku do Polski, występujące we wszystkich krajach Europy Środkowej i Wschodniej, w których Mall prowadzi działalność, oraz względny brak doświadczenia Grupy w prowadzeniu działalności w różnych modelach biznesowych mogą spowodować, że Grupa będzie miała trudności z wypracowaniem jednolitej kultury biznesowej i struktury organizacyjnej w całej rozszerzonej Grupie po włączeniu do niej Podmiotów przejmowanych. Czynniki te mogą prowadzić do powstania trudności w komunikacji i współpracy, które mogą spowodować opóźnienia w integracji obu biznesów i stworzeniu bardziej spójnego, skoncentrowanego na platformie handlowej modelu biznesowego e-commerce w całej Grupie. Ponadto Grupa jako organizacja ma niewielkie doświadczenie w prowadzeniu działalności w wielu krajach i może się okazać, że do zbudowania efektywnej struktury organizacyjnej obejmującej wszystkie kraje i funkcje potrzebne będą większe zasoby zarządcze, niż jest to obecnie planowane, co doprowadzi do wyższych niż przewidywane kosztów operacyjnych i mniejszej dźwigni finansowej wynikającej z rozwoju w krajach CE-5. W przypadku pojawienia się takich problemów, wzrost, marże i wolne przepływy pieniężne uzyskane w wyniku przejścia Grupy Mall mogą być niższe niż obecnie zakładane.

- **Pogorszenie się warunków gospodarczych w krajach CE-5^[1] lub pogorszenie się sytuacji gospodarczej na świecie może mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową lub wyniki operacyjne Grupy.**

Przejęcie Grupy Mall zbiegło się z pogorszeniem sytuacji makroekonomicznej w krajach, w których Grupa Mall prowadzi działalność, co może mieć potencjalnie istotny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy. Przyszła sytuacja gospodarcza w krajach CE-5 zależy od wielu czynników, w tym od podejmowanych przez rządy tych krajów prób wpływania na gospodarkę, takich jak ustalanie stawek opodatkowania, kształtowanie budżetu państwa oraz regulacje i wpływanie na podaż pieniądza, stopy procentowe, kursy walutowe i rynek pracy. Na sytuację gospodarczą w krajach CE-5 wpływa również sytuacja demograficzna, warunki makroekonomiczne w Europie i na świecie oraz napływ środków z Unii Europejskiej.

Nie można przewidzieć, czy krajowe rządy będą w stanie uniknąć wprowadzania w przyszłości ograniczeń w handlu detalicznym na lokalnych rynkach, czy też przyszłe ograniczenia mogą być na tyle dotkliwe dla gospodarek krajowych, że pandemia COVID-19 znacznie wywierać negatywny wpływ na segment e-commerce.

Jeżeli wysoka inflacja utrzyma się przez znaczący okres, powodując kryzys kosztów życia lub potencjalny wzrost bezrobocia, zmniejszenie dochodu rozporządzalnego i spadek konsumpcji, a także wahania wartości aktywów i kursów walutowych mogą mieć negatywny wpływ na zaufanie konsumentów i uznaniowe wydatki konsumentów, wpływając na rentowność obecnej działalności Grupy Mall w modelu 1P, jak również na planowane uruchomienie platformy Allegro w modelu 3P w krajach, w których Mall prowadzi działalność.

Działalność Grupy, jak również pomyślna realizacja jej strategii, jest w dużym stopniu uzależniona od kondycji finansowej jej sprzedawców i konsumentów oraz ich dalszego i coraz aktywniejszego korzystania z platformy e-commerce i innych usług Grupy. Kondycja finansowa gospodarstw domowych w krajach CE-5, w tym konsumentów obsługiwanych przez Grupę, jest silnie skorelowana ze stopą bezrobocia oraz wzrostem realnych wynagrodzeń. Wzrost stopy bezrobocia w krajach CE-5 i/lub zmniejszenie realnych wynagrodzeń mogą zmniejszyć wydatki konsumentów i skutkować ograniczeniem skali korzystania z platformy e-commerce i innych usług Grupy. Jakiegokolwiek pogorszenie warunków ekonomicznych w Czechach, na Słowacji, w Chorwacji, na Węgrzech lub w Słowenii może mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

RYZIKO WALUTOWE DOTYCZĄCE SKONSOLIDOWANYCH WYNIKÓW ORAZ WPŁYWÓW GRUPY Z TYTUŁU DYWIDEND

Ponieważ Grupa konsoliduje wyniki finansowe Segmentu Mall, może w przyszłości otrzymywać dochody z tytułu dywidendy, jeżeli Segment Mall osiągnie rentowność. Jednocześnie Grupa Mall i WE | DO generują przychody głównie w walutach innych niż PLN, tj. w EUR, CZK, HUF i HRK. EUR, CZK, HUF i HRK. Ewentualne umocnienie się kursu PLN w stosunku do tych walut będzie miało negatywny wpływ na skonsolidowane wyniki finansowe Grupy wyrażone w PLN oraz na wyrażoną w PLN wartość ewentualnej należnej dywidendy.

Z drugiej strony, chociaż Grupa Mall i WE | DO nadal potrzebują finansowania, aby prowadzić swoją działalność, to ewentualna deprecjacja złotego zwiększa względny koszt finansowania przejętych spółek w stosunku do środków pieniężnych generowanych w segmencie działalności podstawowej w Polsce.

RYZIKO SPORÓW SĄDOWYCH ZE SPRZEDAJĄCYMI

Przejęcie Grupy Mall i WE | DO było złożoną transakcją, która pociąga za sobą ryzyko ewentualnych roszczeń odszkodowawczych pomiędzy stronami transakcji w zależności od przyszłych zdarzeń i okoliczności. W związku z tym Grupa nie może zagwarantować, że nie zostanie uwikłana w długotrwałe, złożone i kosztowne spory sądowe ze sprzedającymi, jeżeli jakiegokolwiek aspekt realizacji transakcji stanie się przedmiotem sporu. Koszty takiego postępowania sądowego i ewentualne niekorzystne rozstrzygnięcie mogą mieć istotny negatywny wpływ finansowy na Grupę lub jej działalność.

[1] CE-5: Chorwacja, Czechy, Węgry, Słowacja, Słowenia

RYZIKO ZWIĄZANE Z REGULACJAMI, KWESTIAMI PRAWNYMI I KWESTIAMI DOTYCZĄCYMI WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ

GRUPA MOŻE BYĆ NARAŻONA NA KARY PIENIĘŻNE I NASTĘPCZE ROSZCZENIA ODSZKODOWAWCZE W ZWIĄZKU Z DOMNIEMANYMI LUB RZECZYWISTYMI DZIAŁANAMI NARUSZAJĄCYMI KONKURENCJĘ LUB PRAKTYKAMI WYWIERAJĄCYMI NEGATYWNY WPŁYW NA KONSUMENTÓW I NIE MOŻE ZAGWARANTOWAĆ, ŻE PREZES UOKiK LUB KE NIE UZNAJĄ NIEKTÓRYCH DZIAŁAŃ PROWADZONYCH PRZEZ GRUPĘ ZA NARUSZAJĄCE UNIJNE I/LUB POLSKIE PRZEPISY PRAWA OCHRONY KONKURENCJI LUB KONSUMENTÓW.

Grupa może być narażona na roszczenia odszkodowawcze z powodztwa cywilnego w związku z domniemanym lub faktycznym naruszeniem prawa o ochronie konkurencji lub konsumentów. Postępowanie odszkodowawcze może być wszczęte na podstawie samodzielnego powodztwa lub na podstawie powodztwa będącego następstwem decyzji o egzekwowaniu na drodze publicznej, np. decyzji Prezesa UOKiK lub Komisji Europejskiej, po tym jak decyzja ta stanie się prawomocna (po wydaniu wyroku przez sąd drugiej instancji, jeśli decyzja zostanie zaskarżona i utrzymana w mocy). Aby zapewnić skuteczną egzekucję takich roszczeń, w ostatnich latach w całej Unii Europejskiej opracowywano ramy prawne w zakresie egzekwowania prawa na drodze prywatnoprawnej w celu m.in. wprowadzenia dyrektywy harmonizującej przepisy dotyczące wielu kwestii pojawiających się w roszczeniach o naprawienie szkody spowodowanej naruszeniem zasad konkurencji oraz wprowadzenia mechanizmów zbiorowego dochodzenia roszczeń. Ramy te mają na celu wzmocnienie pozycji osób prywatnych występujących z roszczeniami o odszkodowanie poprzez usunięcie przeszkód materialnych i proceduralnych utrudniających im udowodnienie naruszenia i uzyskanie odszkodowania. Liczba takich roszczeń rośnie również w Polsce (zarówno w sprawach wnoszonych samodzielnie, jak i w sprawach wszczętych na podstawie uprzedniej decyzji Prezesa UOKiK lub KE), co zwiększa istniejącą lub potencjalną odpowiedzialność, na jaką narażona jest Grupa.

Więcej informacji na temat postępowań organów regulacyjnych dotyczących Allegro przedstawiono w pkt. 3.1.8 Postępowania prawne.

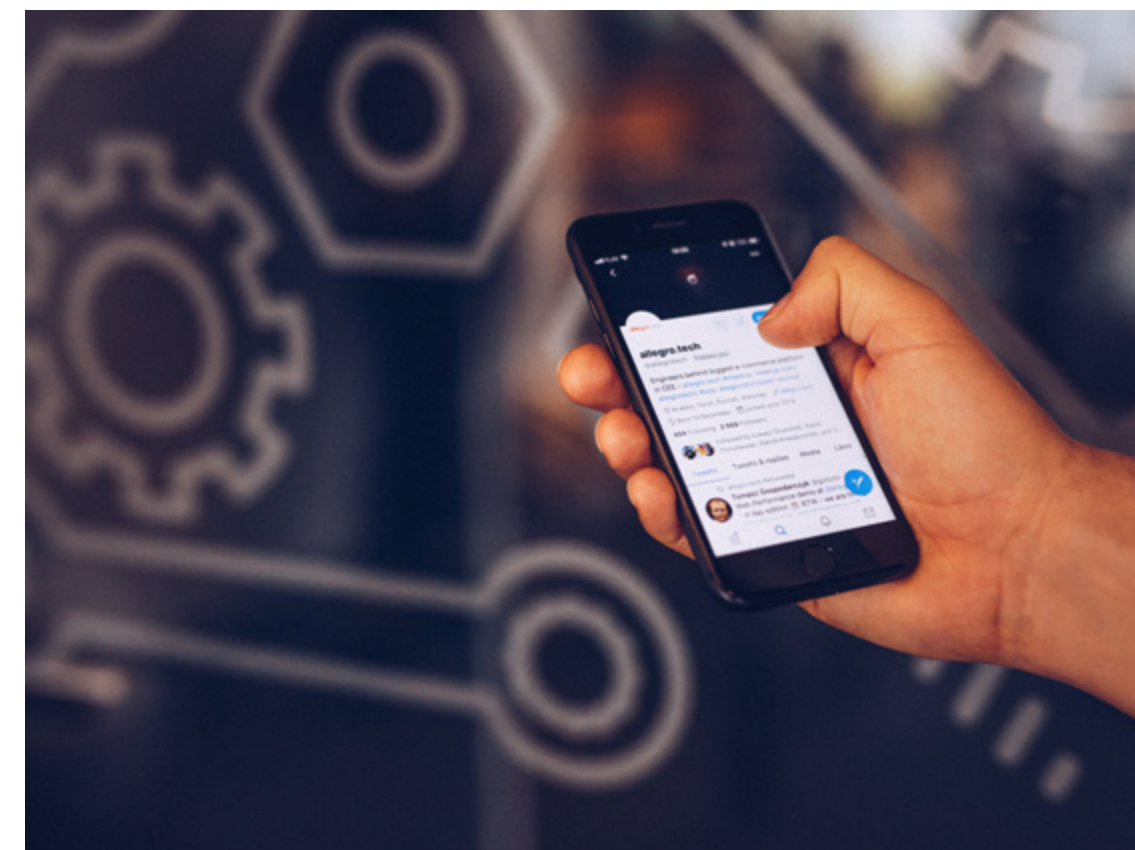
Roszczenia wnoszone i dochodzenia prowadzone przez organy regulacyjne, takie jak Prezes UOKiK czy KE, nawet jeśli są bezpodstawne, wymagają zazwyczaj poniesienia wysokich kosztów związanych z obroną, poświęcenia na nie znacznej ilości czasu oraz wiąże się z negatywnym rozgłosem. Jeżeli dochodzenie prowadzone przez Prezesa UOKiK lub KE zakończyłoby się wynikiem niekorzystnym dla Grupy lub jeżeli Grupa zawarłaby ugodę, wówczas na Grupę mogą zostać nałożone wysokie grzywny, kary i inne sankcje lub może ona zostać zmuszona do wprowadzenia istotnych zmian w swojej praktyce biznesowej. Z kolei gdyby Grupa zawarła porozumienie przewidujące podjęcie określonych zobowiązań, może być ona zmuszona do wprowadzenia istotnych zmian w swojej praktyce biznesowej w celu realizacji tych zobowiązań. Zarówno Prezes UOKiK, jak i KE są uprawnieni do nakładania kar pieniężnych w wysokości do 10% obrotu danego przedsiębiorstwa w ostatnim roku obrotowym za naruszenie reguł konkurencji lub, w przypadku Prezesa UOKiK, za naruszenie zasad ochrony konsumentów. Kary nakładane przez KE mogą być również obliczane na podstawie obrotów grupy, do której należy dana spółka, przy czym za naruszenie reguł konkurencji grozi kara w wysokości do 10% obrotów grupy w ostatnim roku finansowym. Wszelkie niekorzystne decyzje organów mogą również wywołać duży negatywny rozgłos lub spowodować uszczerbek na reputacji, a także mogą pociągnąć za sobą lub skomplikować inne postępowania, dochodzenia lub pozwy sądowe wynikające z przyszłych dochodzeń antymonopolowych lub innych, a także dochodzeń w sprawie ochrony konsumentów lub innych. Ponadto Grupa nie może stwierdzić z pewnością, w jakim czasie powyższe postępowania dotyczące Allegro zostaną zakończone ani czy Prezes UOKiK lub KE nie wszczęną dalszych postępowań regulacyjnych.

Wspomniane kary, niekorzystne rozstrzygnięcia w postępowaniach, zmiany w sposobie prowadzenia działalności przez Grupę lub negatywny rozgłos powstały w związku z nimi mogą mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

GRUPA WIE O PEWNYCH TOCZĄCYCH SIĘ SPORACH PRAWNYCH POMIĘDZY OSOBAMI FIZYCZNYMI ZWIĄZANYMI Z BOLA INVESTMENT LIMITED („BOLA”) A OSOBĄ FIZYCZNĄ BĘDĄCĄ STRONĄ TRZECIĄ („POWÓD”) DOTYCZĄCYCH WŁASNOŚCI MNIEJSZOŚCIOWEGO PAKIETU UDZIAŁÓW W SPÓŁCE EBILET SP. Z O.O.,

która była poprzednim właścicielem spółki eBilet Polska sp. z o.o. („eBilet Polska”). Spółka eBilet Polska jest częścią Grupy od kwietnia 2019 r. Spółka eBilet sp. z o.o. nie jest i nigdy nie była częścią Grupy. Na podstawie informacji znanych Grupie oraz oceny doradcy prawnego Grupy na dzień sporządzenia niniejszego Raportu Grupa nie ma podstaw, by sądzić, że wynik toczących się sporów będzie miał istotny wpływ na Grupę.

Powód złożył przeciwko Bola, osobom fizycznym związanym z Bola i Allegro dwa pozwy, tj. jeden do Sądu Okręgowego w Poznaniu i jeden do Sądu Okręgowego w Warszawie, domagając się stwierdzenia nieważności umów dotyczących zakupu udziałów w eBilet Polska zawartych pomiędzy Bola, osobami fizycznymi związanymi z Bola i Allegro. Pozew złożony w poznańskim sądzie został odrzucony, a decyzja jest już prawomocna. Sprawa prowadzona w Warszawie jest w toku.



GRUPA PODLEGA LICZNYM REGULACJOM PRAWNYM, W TYM M.IN. PRZEPISOM O OCHRONIE DANYCH OSOBOWYCH, PRZEPISOM O OCHRONIE KONSUMENTÓW, PRZEPISOM O HANDLU ELEKTRONICZNYM I PRZEPISOM O OCHRONIE KONKURENCJI, A REGULACJE WPROWADZANE W PRZYSZŁOŚCI MOGĄ NAKŁADAĆ NA DZIAŁALNOŚĆ GRUPY DODATKOWE WYMOGI I INNE ZOBOWIĄZANIA.

Przepisy prawa i regulacje dotyczące sektora e-commerce, jak również przepisy i regulacje o szerszym zastosowaniu, które mają zastosowanie w odniesieniu do działalności Grupy (w szczególności przepisy dotyczące konkurencji), a także ogólnie w odniesieniu do spółek publicznych, dynamicznie się zmieniają i mogą być interpretowane i wdrażane w różny sposób. Ponadto (co zostało szczegółowo opisane w poprzednich raportach oraz poniżej) na poziomie unijnym przygotowywanych jest szereg aktów prawnych, które zwiększą stopień uregulowania, a tym samym koszty i ryzyko braku zgodności zarówno dla sektora e-commerce, jak i szeroko rozumianego sektora technologicznego. Ze względu na szeroki zakres zmian i czas ich wprowadzenia Grupa nie może zagwarantować, że jej praktyki są lub będą w pełni zgodne ze wszystkimi obowiązującymi przepisami prawa i regulacjami oraz sposobami ich interpretacji. Każdy objaw nieprzestrzegania lub domniemanego nieprzestrzegania przez Grupę któregośkolwiek z tych przepisów prawa lub regulacji może skutkować utratą reputacji Grupy i utratą przychodów, a wszelkie postępowania sądowe lub egzekucyjne wszczęte przeciwko Grupie w związku z faktycznym lub domniemanym nieprzestrzeganiem przepisów może jeszcze bardziej zaszkodzić jej reputacji i spowodować znaczny wzrost kosztów obsługi prawnej i/lub kar. Ponadto organy ustawodawcze i regulacyjne lub instytucje samoregulacji mogą rozszerzać zakres obowiązujących przepisów lub regulacji, uchylać nowe przepisy lub regulacje albo wydawać zmienione zasady lub wytyczne dotyczące ochrony prywatności, ochrony danych i ochrony konsumentów.

W wyniku niekorzystnych zmian w stosownych przepisach prawa lub regulacjach Grupa może ponosić znaczące koszty lub być zmuszona do zmiany swoich praktyk biznesowych, co z kolei może ograniczyć jej zdolność do skutecznego realizowania strategii rozwoju. Dzieje się tak np. na mocy Ogólnego Rozporządzenia o Ochronie Danych Osobowych (UE) 2016/679 („RODO”), które zostało przyjęte 14 kwietnia 2016 r. i weszło w życie 25 maja 2018 r. RODO nakłada na spółki dodatkowe obowiązki dotyczące sposobu postępowania z danymi osobowymi i przyznaje pewne indywidualne prawa do ochrony prywatności osobom, których dane są przechowywane.

Zapewnienie zgodności z istniejącymi, proponowanymi i uchwalonymi w ostatnim czasie przepisami (w tym z wdrożeniem środków zwiększających ochronę prywatności i usprawniających procesy wymagane na mocy RODO) oraz regulacjami może wiązać się z wysokimi kosztami, a wszelkie uchybienia w zapewnieniu zgodności mogą również skutkować powstaniem odpowiedzialności cywilnoprawnej, administracyjnymi nakazami zaprzestania przetwarzania danych osobowych (w tym nakazami sądowymi), grzywnami, a nawet zarzutami karnymi, co może narazić Grupę na ryzyko prawne i ryzyko utraty reputacji. W toku zwykłej działalności Grupa gromadzi, przechowuje i wykorzystuje dane, które są chronione przepisami o ochronie danych osobowych. Mimo że Grupa podejmuje środki ostrożności w celu ochrony danych użytkowników zgodnie z wymogami dotyczącymi ochrony prywatności wynikającymi z obowiązujących przepisów prawa, może ona nie być w stanie zapewnić takiej ochrony, a niektóre dane użytkowników mogą wyciec w wyniku błędu ludzkiego, celowego działania lub awarii technicznej lub mogą one zostać niewłaściwie wykorzystane w inny sposób. Grupa współpracuje z niezależnymi i zewnętrznymi dostawcami, partnerami, dealerami, usługodawcami i centrami obsługi telefonicznej, w związku z czym nie jest w stanie wyeliminować ryzyka, że również u tych podmiotów zewnętrznych mogą wystąpić awarie systemów związanych z przechowywaniem lub przekazywaniem informacji zastrzeżonych. Naruszenie przepisów lub regulacji dotyczących ochrony danych przez Grupę lub jednego z jej partnerów lub dostawców może skutkować nałożeniem kar pieniężnych, utratą reputacji bądź czasowym lub całkowitym ograniczeniem (w tym zakazem) przetwarzania danych i może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, wyniki operacyjne lub sytuację finansową Grupy.

Zbieranie, wykorzystywanie, przechowywanie, udostępnianie i bezpieczeństwo danych konsumenckich regulowane jest przez szereg lokalnych i międzynarodowych przepisów prawnych i regulacji. Te przepisy i regulacje ulegają szczególnie szybkim zmianom i oczekuje się, że kwestie te będą jeszcze bardziej uregulowane na poziomie UE. Ochrona danych jest w Europie kwestią szczególnie delikatną i nacechowaną politycznie,

a wszelkie faktyczne lub domniemane przypadki nieprzestrzegania przez Grupę obowiązujących przepisów prawa lub regulacji mogą mieć istotny negatywny wpływ na jej reputację i popularność wśród obecnych i potencjalnych konsumentów oraz sprzedawców. Lokalne i międzynarodowe organy rządowe nieustannie oceniają konsekwencje wykorzystywania plików cookie i innych metod śledzenia online na potrzeby reklamy behawioralnej i do innych celów dla ochrony prywatności. Niektóre rządy przyjęły lub rozważają wprowadzenie środków, które mogłyby znacznie ograniczyć zdolność spółek do podejmowania takich działań, np. poprzez uregulowanie kwestii informowania konsumentów o wykorzystywaniu przez spółkę plików cookie lub innych narzędzi śledzenia elektronicznego i uprzedniego wyrażania przez nich zgody na te działania. Ponadto niektórzy dostawcy urządzeń konsumenckich i przeglądarek internetowych wdrożyli lub ogłosili plany wdrożenia środków ułatwiających użyt-

kownikom Internetu zapobieganie umieszczaniu plików cookie lub blokowanie innych technologii śledzenia, które, jeśli zostaną powszechnie przyjęte, mogą spowodować znaczne zmniejszenie skuteczności stosowania plików cookie i innych metod śledzenia online. Nowe przepisy prawa, regulacje lub zmiany w praktykach branżowych lub zachowaniach konsumentów mogą spowodować utratę lub znaczne ograniczenie zdolności Grupy do stosowania takich praktyk wykorzystywanych w celu skutecznego wprowadzania produktów na rynek lub mogą niekorzystnie wpłynąć na zdolność Grupy do pozyskiwania nowych sprzedawców lub konsumentów na opłacalnych warunkach.

Wystąpienie któregośkolwiek z tych czynników ryzyka, samodzielnie lub łącznie, może mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

BRAK SPÓJNOŚCI WE WDRAŻANIU PRAWA UE W KRAJACH, W KTÓRYCH PROWADZI DZIAŁALNOŚĆ

Prawo unijne jest wdrażane w państwach członkowskich w różnych terminach i czasami w różnym zakresie w każdym z krajów UE. Jest ono również wdrażane i interpretowane w odmienny sposób i może podlegać tzw. „połączeniu” (wprowadzanie dodatkowych przepisów lokalnych, które nie są wymagane przez prawo unijne) w różny sposób w poszczególnych lokalnych systemach prawnych. Biorąc pod uwagę ekspansję Grupy i fakt, że prowadzi ona działalność w wielu krajach, powoduje to dodatkowe koszty związane z przestrzeganiem przepisów i niepewność co do ich spójnego wdrażania. Spółka nie może zapewnić, że będzie przestrzegać wszystkich wersji przepisów unijnych we wszystkich systemach prawnych, w których prowadzi działalność. Jak wspomniano powyżej, opóźnienia we wdrażaniu prawa unijnego do lokalnych systemów prawnych nie tylko mogą być przyczyną niepewności co do terminu wdrożenia w Grupie, ale także stwarzać ryzyko niespójnego wdrażania prawa unijnego w poszczególnych systemach prawnych, w których Allegro prowadzi

działalność. Utrudni to spółce zapewnienie jednolitej zgodności z prawem unijnym w różnych systemach prawnych, w których prowadzi działalność.

Biorąc pod uwagę dużą liczbę projektów regulacyjnych i wzmoczoną kontrolę, jakiej poddawane są spółki lokalne w porównaniu z podmiotami z krajów trzecich, Grupa nie może wykluczyć, że sytuacja ta doprowadzi do osłabienia jej pozycji konkurencyjnej. Można to zaobserwować w polityce dotyczącej ochrony konkurencji, w ramach której europejskie organy regulacyjne przyjmują bardziej elastyczne i ugodowe podejście w postępowaniach przeciwko podmiotom globalnym niż polski urząd (UOKiK) w postępowaniach przeciwko Grupie.

KORZYSTANIE Z OPROGRAMOWANIA TYPU OPEN SOURCE MOŻE ZWIĘKSZYĆ RYZYKO UZYSKANIA PRZEZ HAKERÓW NIEUPRAWNIONEGO DOSTĘPU DO SYSTEMÓW GRUPY, A PONADTO GRUPA MOŻE BYĆ NARAŻONA NA POSTĘPOWANIA SĄDOWE W PRZYPADKU ZAKWESTIONOWANIA PRZEZ OSOBY TRZECIE PRAW GRUPY DO KORZYSTANIA Z TAKIEGO OPROGRAMOWANIA NA ZASADZIE WYŁĄCZNOŚCI.

Niektóre z elementów oprogramowania i systemów wykorzystywanych przez Grupę zawierają oprogramowanie typu open source, co może nieść ze sobą pewne ryzyko w zakresie oprogramowania i rozwiązań stosowanych przez Grupę. Licencje obowiązujące w przypadku oprogramowania typu open source zawierają zazwyczaj wymóg publicznego udostępnienia kodu źródłowego objętego licencją oraz wymóg, aby wszelkie modyfikacje lub produkty pochodne oparte na oprogramowaniu typu open source również były objęte licencjami typu open source. Chociaż Grupa nie zamierza używać ani modyfikować oprogramowania typu open source bez posiadania niezbędnych licencji, może ona jednak spotkać się z roszczeniami ze strony osób trzecich, które zarzucają naruszenie ich praw własności intelektualnej, żądają udostępnienia lub udzielenia licencji na oprogramowanie typu open source lub produkty pochodne opracowane przez Grupę przy użyciu takiego oprogramowania (które mogą zawierać zastrzeżony kod źródłowy Grupy) lub w inny sposób dążą do wyegzekwowania warunków stosownej licencji typu open source. Roszczenia te mogą skutkować wszczęciem postępowania sądowego, koniecznością wykupienia przez Grupę licencji, publicznego udostępnienia fragmentów kodu źródłowego Grupy, ograniczenia udzielenia licencji na technologie Grupy lub zaprzestania oferowania rozwiązań, których te roszczenia dotyczą.

Ponadto korzystanie z niektórych rodzajów oprogramowania typu open source może wiązać się z większym ryzykiem niż korzystanie z komercyjnego oprogramowania stron trzecich, ponieważ licencjodawcy oprogramowania typu open source zazwyczaj nie zapewniają ochrony umownej w odniesieniu do tego oprogramowania. Licencjodawcy nie są również zobowiązani do utrzymywania swojego oprogramowania ani do zapewniania wsparcia. Istnieje pewne ryzyko, że autorzy oprogramowania typu open source przestaną je aktualizować i rozwijać. Opracowywanie i przeprowadzanie aktualizacji oprogramowania przez Grupę może być kosztowne i czasochłonne. Korzystanie z oprogramowania typu open source może również wiązać się z dodatkowym ryzykiem w zakresie bezpieczeństwa, ponieważ kod źródłowy oprogramowania typu open source jest publicznie dostępny, co może ułatwić hakerom i innym osobom trzecim znalezienie sposobu na włamanie się do witryn i systemów Grupy, które funkcjonują w oparciu o oprogramowanie typu open source.

Wystąpienie któregokolwiek z tych czynników ryzyka, samodzielnie lub łącznie, może mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

MECHANIZMY KONTROLI I ZAPOBIEGANIA STOSOWANE PRZEZ GRUPĘ W RAMACH STRUKTURY ZAPEWNIENIA ZGODNOŚCI MOGĄ OKAZAĆ SIĘ NIEWYSTARCZAJĄCE, ABY W WYSTARCZAJĄCYM STOPNIU CHRONIĆ GRUPĘ PRZED WSZELKIMI RODZAJAMI RYZYKA PRAWNEGO LUB FINANSOWEGO. INTEGRACJA NIEDAWNO PRZEJĘTYCH PODMIOTÓW W CELU ZAPEWNIENIA ZGODNOŚCI Z TAKIMI STRUKTURAMI JEST CZASOCHŁONNA I ZWIĘKSZA RYZYKO BRAKU ZGODNOŚCI W NASTĘPSTWIE NIEDAWNYCH PRZEJĘĆ

W głównych spółkach operacyjnych Grupy, Allegro.pl i Ceneo.pl, wprowadzono system zarządzania ładem korporacyjnym, ryzykiem i zapewnieniem zgodności, który obejmuje standardy postępowania, zapobiegania korupcji, przestrzegania prawa konkurencji, zapobiegania konfliktom interesów, ochrony informacji i danych, zapobiegania bezprawnej dyskryminacji oraz ochrony własności i know-how spółki Allegro Sp. z o.o., Ceneo.pl Sp. z o.o., Allegro Pay Sp. z o.o. i Allegro Finance Sp. z o.o.. Dodatkowo spółki Allegro Sp. z o.o., Ceneo.pl Sp. z o.o., Allegro Pay Sp. z o.o. i Allegro Finance Sp. z o.o. wprowadziły obowiązkowy kodeks postępowania w zakresie przestrzegania zasad społecznej odpowiedzialności biznesu dla dostawców grupy. Dopuszcza się również możliwość przyjęcia kodeksów wprowadzonych przez dostawców. Zgodnie z zaleceniami Ministerstwa Finansów spółki Allegro Sp. z o.o., Ceneo.pl Sp. z o.o., Allegro Pay Sp. z o.o. i Allegro Finance Sp. z o.o. wprowadziły złożony proces weryfikacji przy wyborze dostawców. Weryfikacja dokumentów finansowych, dokumentów rejestracyjnych i poprawności rachunków bankowych powinna umożliwić wyeliminowanie nieodpowiednich usługodawców. Wprowadzono również wytyczne w zakresie polityki zakupowej, procedury przetargowej, procedury kontrolingu oraz procedury prawnej, które mają na celu zminimalizowanie wszelkich niedozwolonych praktyk, naruszeń prawa, korupcji i oszustw, w szczególności w zakresie praktyk zakupowych oraz innych negatywnych konsekwencji nieprzestrzegania przepisów w ramach Grupy. Dodatkowo wszystkie procesy zakupowe w spółkach Allegro Sp. z o.o., Ceneo.pl Sp. z o.o., Allegro Pay Sp. z o.o. i Allegro Finance Sp. z o.o. realizowane są w oparciu o zintegrowane systemy informatyczne, które zapewniają pełną przejrzystość w zakresie powstawania zobowiązań. Naruszenie tych przepisów może niewątpliwie zaszkodzić reputacji Grupy i znacząco pogorszyć jej sytuację biznesową, finansową i dochodową. Powyższa polityka oraz nadzór wewnętrznego działu zapewnienia zgodności i działu prawnego Grupy mogą nie być wystarczające,

aby zapobiec wszelkim nieuprawnionym praktykom, naruszeniom prawa, korupcji i oszustwom, w szczególności w zakresie praktyk zakupowych, lub innym negatywnym skutkom nieprzestrzegania przepisów w ramach organizacji Grupy lub przez pracowników Grupy bądź w ich imieniu. Zdolności operacyjne mogą ulec dalszemu ograniczeniu w związku z rosnącymi wymogami regulacyjnymi, które zostaną nałożone na Grupę na mocy obecnie negocjowanych przepisów unijnych oraz w związku z rozszerzeniem działalności Grupy. Wszelkie uchybienia w zakresie zapewnienia zgodności z przepisami mogą zaszkodzić reputacji Grupy i mieć istotny negatywny wpływ na jej działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne.

Celem Grupy jest stosowanie systemu zarządzania ładem korporacyjnym, ryzykiem i zapewnieniem zgodności we wszystkich spółkach operacyjnych Grupy. Jednocześnie Grupa zdaje sobie jednak sprawę, że w przypadku przejmowanych spółek lub przedsięwzięć wprowadzenie tego systemu zarządzania wymaga zazwyczaj czasu, niezależnie od tego, czy rozpoczyna się od zera, czy też polega na modyfikacji polityki i procedury istniejących wcześniej w przejmowanym podmiocie. Ponadto Grupa zdaje sobie sprawę, że w krótkim okresie czasu, bezpośrednio po dokonaniu przejęcia, rozsądnym rozwiązaniem może być skupienie się na innych priorytetach, takich jak opracowanie skutecznego procesu integracji po połączeniu, pozyskanie kluczowego personelu lub osiągnięcie synergii przynioszących szybkie korzyści, przed przystąpieniem do zapewnienia zgodności w zakresie procedur. W związku z tym, w okresach następujących po dokonaniu istotnego przejęcia, ryzyko związane z uchybieniami w zakresie ład korporacyjnego, zarządzania ryzykiem i ogólnej zgodności z przepisami może na pewien czas wzrosnąć, co może zaszkodzić reputacji Grupy i wywrzeć istotny niekorzystny wpływ na jej działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne.

NIEKORZYSTNE ORZECZENIA LUB UGODY ZAWARTE W WYNIKU POSTĘPOWAŃ SĄDOWYCH MOGĄ NARAŻIĆ GRUPĘ NA KONIECZNOŚĆ ZAPŁATY ODSZKODOWAŃ PIENIĘŻNYCH ORAZ OGRANICZYĆ ZDOLNOŚĆ GRUPY DO PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI.

Grupa może być niekiedy stroną pozwów prywatnych, dochodzeń i innych postępowań sądowych wszczętych przez pracowników, dostawców, konkurentów, instytucje państwowe lub inne podmioty. Wyniki wszelkich tego typu sporów, dochodzeń i innych postępowań prawnych są z natury rzeczy nieprzewidywalne. Wszelkie roszczenia przeciwko Grupie, niezależnie od tego, czy są one zasadne, czy nie, mogą być czasochłonne, prowadzić do kosztownych postępowań sądowych, szkodzić

reputacji Grupy, wymagać od kierownictwa poświęcenia znacznej ilości czasu oraz pochłaniać duże zasoby. Jeżeli w którymkolwiek z tych postępowań sądowych zapadłoby rozstrzygnięcie niekorzystne dla Grupy lub jeżeli Grupa zawarłaby ugodę, mogłaby być ona narażona na konieczność zapłaty odszkodowania pieniężnego lub ograniczenie możliwości prowadzenia działalności, co mogłoby mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

INTERPRETACJA PRAW I PRZEPISÓW W KRAJACH, W KTÓRYCH GRUPA PROWADZI DZIAŁALNOŚĆ, MOŻE BYĆ NIEJEDNOZNACZNA, A SAME PRAWA I PRZEPISY MOGĄ ULEC ZMIANIE.

Chociaż Spółka jest podmiotem prawa luksemburskiego, kluczowe spółki operacyjne Grupy zostały utworzone i działają zgodnie z prawem polskim i czeskim. W ostatnich latach wprowadzono i zmieniono znaczną liczbę przepisów dotyczących emisji i obrotu papierami wartościowymi, praw akcjonariuszy, inwestycji zagranicznych, kwestii związanych z funkcjonowaniem i ładem korporacyjnym, handlem, podatkami i działalnością gospodarczą i/lub przepisy te mogą ulec zmianie w przyszłości. Ponadto, w ostatnich latach polski rząd zaproponował lub wprowadził szereg zmian w systemie sądownictwa. Niektóre z tych zmian zwróciły uwagę instytucji unijnych i zostały zakwestionowane przez członków polskiego środowiska prawniczego, którzy postrzegają je jako potencjalne zagrożenie zarówno dla niezawisłości sądów, jak i dla rządów prawa. Nieustanne

napięcia między rządem a władzą sądowniczą mogą potencjalnie, w sposób pośredni, skutkować pewnymi dodatkowymi opóźnieniami w prowadzonych postępowaniach. W przypadku pogorszenia stabilności polskiego systemu sądownictwa wynik różnych postępowań prawnych, których Grupa jest lub może być stroną w związku z prowadzoną przez siebie działalnością, może stać się mniej przewidywalny niż obecnie. Grupa nie może zapewnić, że jej sposób interpretacji polskich przepisów i regulacji nie zostanie zakwestionowany, a ewentualne skuteczne zakwestionowanie mogłoby skutkować nałożeniem grzywien lub kar pieniężnych lub mogłoby wymagać od Grupy wprowadzenia zmian w stosowanych przez nią praktykach, co mogłoby mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

INTERPRETACJA LUKSEMBURSKIEGO PRAWA I PRZEPISÓW MOŻE BYĆ NIEJEDNOZNACZNA, A PRZEPISY TE MOGĄ ULEC ZMIANIE.

Jako że zarówno Spółka, jak i Allegro Treasury S.à r.l. są podmiotami utworzonymi zgodnie z prawem luksemburskim i podlegają temu prawu, oba podmioty muszą przestrzegać wszystkich przepisów prawa i regulacji obowiązujących w Luksemburgu. Luksemburski system prawny oparty jest na prawie stanowionym uchwalanym przez parlament Luksemburga. W ostatnich latach wprowadzono i zmieniono znaczną liczbę przepisów

dotyczących emisji papierów wartościowych, praw akcjonariuszy, kwestii związanych z funkcjonowaniem i ładem korporacyjnym, podatkami i działalnością gospodarczą i/lub przepisy te mogą ulec zmianie w przyszłości. Niektóre przepisy obowiązujące w Luksemburgu są przedmiotem rozbieżnych interpretacji i również w przyszłości mogą one być interpretowane w sposób niespójny.

O ILE TO MOŻLIWE, GRUPA STOSUJE STANDARDOWE UMOWY SPRZEDAŻY, ZAKUPU I DOSTAWY ORAZ STANDARDOWE WARUNKI W WIĘKSZOŚCI SYTUACJI, CO ZWIĘKSZA RYZYKO, ŻE CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ WARUNKÓW UMÓW MOŻE OKAZAĆ SIĘ NIEWAŻNA LUB NIEWYKONALNA W PRZYPADKU UZNANIA JAKIEJKOLWIEK Z KLAUZUL ZA BEZSKUTECZNĄ.

Grupa utrzymuje stosunki prawne z dużą liczbą podmiotów i osób, w tym ze sprzedawcami, dostawcami i producentami. W tym kontekście w zdecydowanej większości przypadków, o ile jest to możliwe, Grupa korzysta również ze standaryzowanych dokumentów, standardowych formularzy umów oraz standaryzowanych warunków. Jeżeli okaże się, że takie dokumenty, umowy lub warunki zawierają postanowienia niekorzystne dla Grupy lub jeżeli klauzule zawarte w takich dokumentach lub umowach zostaną uznane za nieskuteczne, a tym samym zastąpione przez niekorzystne dla Grupy postanowienia ustawowe, może to mieć wpływ na dużą liczbę standaryzowanych dokumentów, umów lub warunków. Dodatkowo zgodnie z polskim prawem standardowe warunki muszą być zgodne z przepisami ustawowymi o ogólnych warunkach umów, co oznacza, że podlegają one rygorystycznej kontroli rzetelności ze strony sądu w zakresie ich treści oraz sposobu,

w jaki te warunki lub opisane w nich pojęcia prawne są przedstawiane drugiej stronie umowy przez stronę, która się nimi posługuje. Standard ten jest nawet bardziej rygorystyczny w przypadku, gdy takie warunki są stosowane w odniesieniu do konsumentów. Co do zasady standardowe warunki są nieskuteczne, jeśli nie są przejrzyste, jasno sformułowane, jeśli nie są wyważone lub w nieodpowiedni sposób dyskryminują drugą stronę. Ze względu na częste zmiany ram prawnych, w szczególności w zakresie orzecznictwa sądów odnoszącego się do ogólnych warunków umów, Grupa może nie być w stanie uniknąć ryzyka związanego ze stosowaniem takich standardowych warunków umownych. Nieważność lub niewykonalność standardowych dokumentów, standardowych formularzy umów oraz standardowych warunków stosowanych przez Grupę mogłaby mieć istotny negatywny wpływ na jej działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne.

BRAK MOŻLIWOŚCI NABYCIA, WYKORZYSTANIA LUB UTRZYMANIA PRAW WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ GRUPY, W TYM ZNAKÓW TOWAROWYCH ALLEGRO, CENEO I MALL ORAZ NAZW DOMEN DLA SWOICH WITRYN, MOŻE MIEĆ ISTOTNY NIEKORZYSTNY WPŁYW NA DZIAŁALNOŚĆ, WYNIKI OPERACYJNE LUB SYTUACJĘ FINANSOWĄ GRUPY.

Grupa uważa, że dane dotyczące jej użytkowników (składające się na tajemnice handlowe i bazy danych Grupy), prawa autorskie, tajemnice handlowe, patenty zastrzeżone technologie i podobne składniki własności intelektualnej mają kluczowe znaczenie dla jej sukcesu, a ponadto Grupa korzysta z ochrony znaków towarowych, praw autorskich, patentów i tajemnic handlowych, umów i innych metod stosowanych wobec pracowników Grupy i innych podmiotów w celu ochrony praw własności Grupy. Ponadto Grupa opracowała, i przewiduje, że będzie nadal opracowywać, znaczną liczbę programów, procesów i innego rodzaju know-how o charakterze zastrzeżonym (ale częściowo opartych na otwartych kodach źródłowych), które mają kluczowe znaczenie dla skutecznego funkcjonowania Grupy, przy czym know-how ma niejasny i nieprecyzyjny status prawny, a ponadto brak jest bezpośrednich regulacji w tym zakresie. Grupa może nie być w stanie uzyskać skutecznej ochrony własności intelektualnej w każdym kraju, w którym prowadzi działalność lub w którym taka ochrona jest istotna, a wysiłki Grupy zmierzające do ochrony jej własności intelektualnej mogą wymagać zaangażowania znaczących zasobów finansowych, zarządczych i operacyjnych. Duża część praw własności intelektualnej Grupy może zostać zakwestionowana lub unieważniona w drodze postępowania administracyjnego lub sądowego, a jednocześnie Grupa nie może mieć pewności, że inne podmioty nie opracują samodzielnie lub w inny sposób nie nabeżdżą równoważnych lub lepszych technologii lub praw własności intelektualnej. Ponadto Grupa może rozważyć wprowadzenie zmian do swojej obecnej polityki w zakresie własności intelektualnej, w szczególności w odniesieniu do strategii w zakresie własności intelektualnej poza granicami Polski.

Grupa jest właścicielem polskich i unijnych znaków towarowych dla swoich podmiotów operacyjnych, w tym Allegro, Ceneo i Mall, a także zarejestrowała nazwy domen internetowych zawierających słowa „Allegro”, „Ceneo” oraz inne nazwy podmiotów operacyjnych na potrzeby witryn internetowych Grupy. Grupa zarejestrowała również znaki towarowe i odpowiednie nazwy domen w niektórych jurysdykcjach międzynarodowych. W przypadku kilku z tych znaków towarowych Grupa podjęła starania o zawarcie umów o współlistnienie w odniesieniu do określonych krajów lub sytuacji.

Grupa zarejestrowała również wybrane nazwy domen internetowych dla niektórych swoich jednostek operacyjnych. Nazwy domen są na ogół regulowane przez organy regulujące rynek internetowy i podlegają również prawom dotyczącym znaków towarowych oraz innym powiązanym prawom obowiązującym w poszczególnych krajach. Jeżeli Grupa nie będzie posiadać lub nie będzie w stanie uzyskać lub utrzymać na rozsądnych warunkach możliwości korzystania ze swoich znaków towarowych lub głównej marki własnej w danym kraju, lub możliwości korzystania ze swojej nazwy domeny lub jej rejestracji, może być zmuszona do poniesienia znaczących dodatkowych kosztów w celu wprowadzenia nowej marki i stworzenia nowych materiałów promocyjnych, lub do podjęcia decyzji o zaprzestaniu świadczenia usług w tym kraju.

Ponadto przepisy regulujące kwestie nazw domen oraz prawa chroniące znaki towarowe i podobne prawa własności mogą zostać zmienione w sposób, który zablokuje lub zakłóci możliwość korzystania przez Grupę z odnośnych domen lub obecnej marki Grupy. Dodatkowo Grupa może nie być w stanie zapobiec rejestrowaniu, wykorzystywaniu lub utrzymywaniu przez osoby trzecie nazw domen, znaków towarowych lub innych praw, które zakłócają komunikację z konsumentami Grupy lub naruszają bądź w inny sposób obniżają wartość znaków towarowych, nazw domen i innych praw własności Grupy. Organy regulacyjne mogą ustanowić dodatkowe rodzajowe lub krajowe kody domen najwyższego poziomu lub mogą zezwolić na modyfikacje wymogów dotyczących rejestracji, utrzymywania lub używania nazw domen. W rezultacie Grupa może nie być w stanie zarejestrować, wykorzystywać lub utrzymywać nazw domen wykorzystujących nazwę „Allegro” we wszystkich krajach, w których prowadzi obecnie działalność lub zamierza ją prowadzić w przyszłości.

Grupa może być zmuszona do przeznaczania znacznych środków na monitorowanie i ochronę swoich praw własności intelektualnej. Grupa może nie być w stanie odkryć lub ustalić zakresu wszelkich naruszeń, przywłaszczeń lub innych przejawów łamania praw własności intelektualnej oraz innych praw własności Grupy. Grupa może występować z roszczeniami lub

wszczynać postępowania sądowe przeciwko innym podmiotom w związku z naruszeniem, przywłaszczeniem lub pogwałceniem praw własności intelektualnej lub praw własności Grupy lub w celu ustalenia ważności takich praw. Grupa może również zostać pozwana i objęta postępowaniem sądowym. Pomimo podejmowanych wysiłków Grupa może nie być w stanie zapobiec naruszeniu, przywłaszczeniu lub innemu pogwałceniu przez osoby trzecie praw własności intelektualnej oraz innych praw własności Grupy. Istnieje również możliwość, że postępowanie sądowe przeciwko Grupie zostanie wszczęte w złej wierze. Wszelkie spory sądowe, niezależnie od tego, czy zostaną rozstrzygnięte na korzyść Grupy, mogą skutkować poniesieniem przez Grupę znacznych kosztów i pochłonąć wysiłki personelu technicznego i zarządzającego Grupy.

Ponadto Grupa otrzymywała w przeszłości i przewiduje, że będzie otrzymywać w przyszłości zawiadomienia zawierające zarzuty, że pewne elementy zamieszczane na stronach internetowych Grupy lub sprzedawane za ich pośrednictwem naruszają prawa autorskie, znaki

towarowe i nazwy handlowe osób trzecich lub inne prawa własności intelektualnej bądź inne prawa własności. Właściciele marek i treści oraz inni właściciele praw autorskich aktywnie dochodzą swoich rzekomych praw, występując przeciwko spółkom internetowym, w tym Allegro. Oprócz sporów sądowych z właścicielami praw Grupa może być przedmiotem postępowań i kar o charakterze regulacyjnym, cywilnym lub karnym, jeżeli organy państwowe uznają, że Grupa pomagała w sprzedaży produktów podrobionych lub innych produktów niezgodnych z prawem. Takie roszczenia, bez względu na to, czy są zasadne, czy nie, mogą pociągnąć za sobą znaczące dodatkowe koszty i dekoncentrować kierownictwo. Grupa przygotowała odpowiednie wewnętrzne procedury proaktywne i środki zapobiegawcze w obszarach działalności, w których mogą pojawić się takie roszczenia.

Wystąpienie któregokolwiek z tych czynników ryzyka, samodzielnie lub łącznie, może mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

GRUPA MOŻE BYĆ NARAŻONA NA ODPOWIEDZIALNOŚĆ PRAWNĄ I FINANSOWĄ Z TYTUŁU SPRZEDAŻY PRODUKTÓW NARUSZAJĄCYCH WŁASNOŚĆ INTELEKTUALNĄ I PRAWA DO DYSTRYBUCJI PRZYSŁUGUJĄCE INNYM PODMIOTOM, A TAKŻE Z TYTUŁU INFORMACJI I MATERIAŁÓW ROZPOWSZECHNIANYCH ZA POŚREDNICTWEM JEJ PLATFORM.

Chociaż regulamin Grupy wyraźnie zabrania sprzedaży podrobionych artykułów lub jakichkolwiek artykułów naruszających prawa własności intelektualnej osób trzecich na jej platformie, a ponadto wprowadziła ona rozwiązania mające na celu wykluczenie towarów i usług, które zostały uznane za sprzeczne z jej regulaminem, nie jest ona w stanie wykryć i usunąć każdego artykułu, który może naruszać prawa własności intelektualnej osób trzecich. W efekcie Grupa otrzymała w przeszłości i przewiduje, że będzie otrzymywać w przyszłości skargi, w których zarzuca się, że pewne przedmioty wystawiane lub sprzedawane za pośrednictwem platformy Grupy naruszają prawa autorskie, znaki towarowe lub inne

prawa własności intelektualnej osób trzecich. Właściciele treści i inni właściciele praw własności intelektualnej aktywnie dochodzą swoich praw, występując przeciwko spółkom internetowym, w tym Grupie. Grupa podjęła kroki zmierzające do podjęcia współpracy z właścicielami praw własności intelektualnej w celu wyeliminowania artykułów wystawionych na jej platformie handlowej, co do których istnieje podejrzenie, że naruszają te prawa. Zasady Grupy zabraniają sprzedaży towarów, które mogą naruszać prawa własności intelektualnej stron trzecich, a Grupa może zawiesić konto każdego sprzedawcy, który narusza prawa własności intelektualnej takich stron. Pomimo tych działań niektórzy właściciele

praw własności intelektualnej mogą uznać wysiłki Grupy za niewystarczające, a sama Grupa przewiduje, że w dalszym ciągu będzie otrzymywać od właścicieli treści i własności intelektualnej roszczenia prawne dotyczące naruszenia ich praw, co może skutkować zasądzeniem od Grupy znacznych kwot pieniężnych, kar lub nakazów sądowych o dużej wartości.

Poprzez uruchomienie Allegro Fulfillment Grupa wkracza również w nowy obszar możliwych naruszeń praw własności intelektualnej wynikających ze sprzedaży towarów podrobionych lub naruszających prawa własności intelektualnej osób trzecich. Podobnie jak w przypadku wyżej wymienionych możliwych naruszeń związanych ze sprzedażą tych towarów na platformie, pomimo wyraźnego zaznaczenia w odpowiednich warunkach, że takie praktyki są zabronione oraz posiadania odpowiednich procesów i rozwiązań zapobiegających tym praktykom, Grupa nie jest w stanie wykryć i usunąć każdego przedmiotu, który może naruszać prawa własności intelektualnej osób trzecich podczas świadczenia usługi Allegro Fulfillment. Pomimo tych działań niektórzy właściciele praw własności intelektualnej mogą uznać wysiłki Grupy za niewystarczające, a sama Grupa przewiduje, że w dalszym ciągu będzie otrzymywać od właścicieli treści i własności intelektualnej roszczenia prawne dotyczące naruszenia ich praw, co może skutkować zasądzeniem od Grupy znacznych kwot pieniężnych, kar lub nakazów sądowych o dużej wartości. Należy również zauważyć, że zasadniczo obszar usług typu fulfillment jest wciąż nowy z punktu widzenia prawa i może podlegać zmieniającym się trendom w orzecznictwie i ustawodawstwie.

Istnieje również możliwość, że osoby trzecie wniosą przeciwko Grupie roszczenia o zniesławienie, pomówienie, naruszenie prywatności, zaniedbanie lub inne roszczenia oparte na charakterze i treści materiałów rozpowszechnianych za pośrednictwem platform Grupy, w szczególności materiałów rozpowszechnianych przez sprzedawców Grupy. Chociaż obowiązujące przepisy zakładają, że dostawcy usług hostingowych ponoszą potencjalną odpowiedzialność wówczas, gdy posiadali rzeczywistą wiedzę o wszelkich nielegalnych treściach na swoich platformach, niektóre przepisy regulujące obowiązki dostawcy platformy e-commerce w zakresie aktywnego monitorowania transakcji lub podejmowania działań w celu zapobiegania naruszeniom prawa są niejasne i nieprecyzyjne. Jeżeli Grupa lub inni dostawcy usług internetowych zostaną pociągnięci lub potencjalnie pociągnięci do odpowiedzialności za informacje przekazywane lub rozpowszechniane za pośrednictwem ich platform, Grupa może być zmuszona do wdrożenia środków mających na celu ograniczenie narażenia na taką odpowiedzialność. Ewentualne środki, które Grupa będzie musiała wdrożyć mogą pociągnąć za sobą konieczność poniesienia znacznych nakładów i/ lub zaprzestania świadczenia niektórych usług. Wszelkie koszty poniesione przez Grupę z tytułu odpowiedzialności lub domniemanej odpowiedzialności mogą mieć istotny negatywny wpływ na jej działalność, wyniki operacyjne i sytuację finansową.

Grupa może być również narażona na odpowiedzialność prawną i finansową z tytułu domniemanego naruszenia praw własności intelektualnej osób trzecich w związku z prowadzoną przez nią działalnością.

ZMIANY W PRZEPISACH PODATKOWYCH MOGĄ MIEĆ NIEKORZYSTNY WPŁYW NA WYNIKI OPERACYJNE I SYTUACJĘ FINANSOWĄ GRUPY.

Zasadniczo system podatkowy cechuje zmienność i niepewność, ponieważ przepisy podatkowe podlegają częstym zmianom, a także są przedmiotem licznych i niekiedy sprzecznych interpretacji.

W ostatnich latach weszło w życie wiele nowych przepisów podatkowych, które zostały opracowane w stosunkowo krótkim czasie i wdrożone z krótkimi okresami *vacatio legis*. Mogą zostać wprowadzone inne obowiązki w zakresie sprawozdawczości podatkowej lub przestrzegania przepisów podatkowych, a także nowe przepisy podatkowe, które również mogą mieć wpływ na działalność Grupy. Niektóre z tych przepisów miały (np. przepisy dotyczące dobrowolnego i obowiązkowego mechanizmu podzielonej płatności w Polsce) i mogą mieć (np. podatek od transferowanych zysków, opodatkowane transakcje restrukturyzacyjne) wpływ na działalność i sytuację finansową Grupy, w tym na przepływy pieniężne. Ze względu na krótkie terminy wprowadzania do obrotu prawnych przepisów ustawowych i wykonawczych Grupa może nie zawsze mieć wystarczająco dużo czasu na wprowadzenie nowych wymogów do swoich systemów lub może nie być w stanie określić, jakie zmiany należy wprowadzić przed wejściem w życie nowych przepisów. Może to prowadzić do nałożenia grzywien lub kar za brak zgodności z przepisami.

Grupa nie może wykluczyć, że zostaną wprowadzone w Polsce i/lub krajach CE-5 kolejne zmiany w prawie podatkowym lub że na działalność w sektorze e-commerce zostaną nałożone nowe obciążenia podatkowe.

Przepisy podatkowe w krajach, w których Grupa prowadzi działalność, mogą również wymagać dostosowania do nowych przepisów UE.

Niestabilność systemu podatkowego wynika nie tylko ze zmian w prawie, ale również z faktu, że organy podatkowe opierają się na interpretacjach sądowych, które również podlegają potencjalnym zmianom i uchyleńiom. Brak ugruntowanych regulacji skutkuje ich niejasną i niespójną wykładnią, co z kolei prowadzi do niepewności i sprzeczności w ich stosowaniu.

W rezultacie Grupa musi mierzyć się z ryzykiem, że jej działalność w wybranych obszarach może być niedostosowana do zmieniających się przepisów i zmieniającej się praktyki ich stosowania.

Istnieje również ryzyko, że interpretacje podatkowe już uzyskane i stosowane przez Grupę w Polsce zmienią się lub zostaną pozbawione mocy ochronnej, co mogłoby prowadzić do ryzyka podatkowego dla Grupy.

Z uwagi na fakt, że nie można wykluczyć ewentualnych sporów z organami podatkowymi w Polsce/krajach CE-5, organy te mogą kwestionować rozliczenia podatkowe spółek należących do Grupy w zakresie nieprzedawnionych zobowiązań podatkowych (w tym należącego wykonywania obowiązków płatnika podatku przez spółki należące do Grupy) i ustalać zaległości podatkowe tych podmiotów, co może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, perspektywę rozwoju lub wyniki Grupy.

Rozliczenia podatkowe, podobnie jak inne obszary zapewniania zgodności z przepisami prawa (np. w zakresie cel), mogą w każdej chwili zostać przedmiotem kontroli i dochodzenia organów podatkowych, a w ciągu pięciu lat od końca roku, w którym podatek stał się należny, mogą zostać nałożone dodatkowe zobowiązania podatkowe wraz z odsetkami karnymi i karami (np. w Polsce – w ciągu 5 lat, w Czechach – w ciągu 3 lat, na Słowacji – w ciągu 5 lat itd.) W niektórych przypadkach okres przedawnienia może zostać wydłużony.

W świetle tych częstych zmian, które mogą obowiązywać z mocą wsteczną, oraz istniejącej niepewności, braku jednolitej interpretacji prawa podatkowego i stosunkowo długiego okresu przedawnienia zobowiązań podatkowych ryzyko zakwestionowania stosowania przepisów podatkowych w Polsce i krajach CE-5 może być wyższe niż w systemach prawnych innych krajów. Co więcej zmiany w przepisach podatkowych miały i mogą mieć w przyszłości negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki operacyjne i perspektywę rozwoju Grupy. Ponadto brak stabilności przepisów podatkowych może utrudnić Grupie skuteczne planowanie przyszłości i realizację jej planu biznesowego.

Dodatkowo, w kontekście działalności transgranicznej Grupy, wpływ na działalność Grupy mają również umowy międzynarodowe, w tym umowy o unikaniu podwójnego opodatkowania, których stroną jest Polska/kraje CE-5.

Odmienne interpretacje umów o unikaniu podwójnego opodatkowania przez organy podatkowe, jak również wszelkie zmiany tych umów, mogą mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową lub wyniki Grupy.

Na koniec należy zauważyć, że w lipcu 2016 r. weszły w Polsce w życie przepisy Ogólnej Klauzuli Przeciwno Unikaniu Opodatkowania (z ang. General Anti-Avoidance Rule „GAAR”), które w pewnym zakresie mogą być stosowane z mocą wsteczną (jak opisano poniżej).

ZMIENIONY SYSTEM PODATKU U ŹRÓDŁA (WHT) W POLSCE.

Od 2019 r. w Polsce obowiązuje nowy mechanizm pobrania i zwrotu podatku (pay & refund), jednak jego stosowanie zostało zawieszane przez Ministerstwo Finansów. Od 2022 r. mechanizm ten, po pewnych zmianach, wszedł w życie w pełnym zakresie.

Mechanizm ma zastosowanie do płatności pasywnych (dywidend, odsetek i należności licencyjnych) dokonywanych na rzecz powiązanych podmiotów zagranicznych, których wartość przekracza 2 mln PLN rocznie (po zsumowaniu dla każdego odbiorcy). Nadwyżka ponad tę kwotę podlega standardowej stawce podatku u źródła w wysokości 19%/20%. Płatnik jest zobowiązany do potrącenia podatku i odprowadzenia go do urzędu skarbowego. Jeżeli dana płatność kwalifikuje się do zwolnienia (np. na podstawie Dyrektywy Parent-Subsidiary lub Dyrektywy Interest & Royalties) lub obniżonej stawki podatku u źródła na podstawie umowy o unikaniu podwójnego opodatkowania, w szczególności taka płatność jest dokonywana na rzecz jej rzeczywistego beneficjenta, podatnik lub w określonych przypadkach płatnik podatku może ubiegać się o zwrot podatku u źródła.

W związku z powyższym od lipca 2016 r. wszelkie odniesienia do polskich przepisów podatkowych, w tym na potrzeby niniejszego Raportu, uwzględniają klauzulę GAAR.

Ponieważ przepisy te są dość ogólne i niejasne, Ministerstwo Finansów pracuje obecnie nad oficjalnymi wyjaśnieniami, które są opóźnione od ponad roku i mają się ukazać w pierwszym kwartale 2023 r. Brzmienie uwag będzie miało kluczowe znaczenie dla zrozumienia koncepcji beneficjenta rzeczywistego.

Nowe zasady mają zastosowanie do wypłaty odsetek i dywidend w ramach Grupy i zwiększają – przynajmniej przejściowo – koszty odsetkowe ponoszone przez Allegro, Ceneo.pl i Allegro Pay. Na dzień 31 grudnia 2022 r. spółki te zapłaciły łącznie 88,3 mln PLN podatku u źródła (tj. Allegro zapłaciło 86,5 mln PLN, Ceneo.pl zapłaciło 0,3 mln PLN, a Allegro Pay zapłaciło 1,5 mln PLN) i obecnie oczekują na jego zwrot. Na podstawie opinii doradcy podatkowego Grupy Kierownictwo jest przekonane, że podatek ten będzie podlegał zwrotowi. Kierownictwo nie może jednak zagwarantować, że organy podatkowe będą interpretować przepisy w taki sam sposób jak doradca podatkowy, a Grupa może napotkać trudności w odzyskaniu zapłaconego podatku u źródła od urzędu skarbowego. Potencjalna odmowa zwrotu podatku u źródła może mieć negatywny wpływ na sytuację finansową Grupy poprzez zwiększenie kosztów finansowania zewnętrznego.

POZOSTAŁE PRZEPISY DOTYCZĄCE PODATKÓW I SPRAWOZDAWCZOŚCI MAJĄCE ZNACZENIE DLA ALLEGRO

W 2022 roku polskie Ministerstwo Finansów kontynuowało prace legislacyjne nad systemem e-faktur (Krajowy System e-Faktur lub KSeF), który jest odrębnym rozwiązaniem od planowanych prac nad e-fakturą na poziomie unijnym. System ten wprowadzi obowiązkowe wystawianie e-faktur za pośrednictwem systemu udostępnionego przez państwo. System miałby być obowiązkowy od 1 lipca 2024 r., ale projekt legislacyjny nie został jeszcze sfinalizowany, a ostateczny kształt przepisów jest daleki od uzgodnienia. Przepisy te mają istotne znaczenie dla polskich podmiotów, w szczególności dla Allegro, ponieważ spółka ta wystawia ponad sto tysięcy faktur miesięcznie i cały wewnętrzny system fakturowania będzie musiał zostać dostosowany do fakturowania z wykorzystaniem systemu dostarczonego przez administrację państwową.

Kolejną ważną sprawą jest wdrożenie (już opóźnione) dyrektywy DAC7, która nałoży na rynki obowiązek raportowania transakcji B2C i C2C powyżej określonych progów. Dyrektywa powinna zostać wdrożona do 31 grudnia 2022 r., ale polski projekt ustawy został ogłoszony w lutym 2023 r. i ma obowiązywać od 1 maja 2023 r. Wdrożenie dyrektywy DAC7 będzie oznaczało szeroki zakres zmian technologicznych i sprawozdawczych w Allegro. Pierwsze raporty zostaną sporządzone w roku 2024 za cały rok 2023.

Należy również zauważyć, że Ministerstwo Finansów planuje wprowadzenie rocznej sprawozdawczości SAF-T w zakresie podatku dochodowego od osób prawnych od 2024 r. (tj. pierwszy raport ma być opublikowany w roku 2025 za cały rok 2024). Ponieważ proponowany standard raportowania nie został jeszcze ogłoszony, najprawdopodobniej wprowadzenie tego wymogu będzie opóźnione w czasie. Na tym etapie nie są znane żadne szczegóły. Jednak wprowadzenie tego wymogu będzie oznaczało również konieczność wprowadzenia szeregu zmian technologicznych i sprawozdawczych w Allegro.

PODATKI OD USŁUG CYFROWYCH ZOSTAŁY ZAPROPONOWANE, CZĘŚCIOWO WDROŻONE I MOGĄ BYĆ ROZSZERZANE PRZEZ POLSKĘ, NIEKTÓRE PAŃSTWA CZŁONKOWSKIE UE, UNIĘ EUROPEJSKĄ LUB OECD, A TAKŻE MOŻLIWE JEST NAŁOŻENIE INNYCH PODATKÓW NA SEGMENT E-COMMERCE LUB PLATFORMY E-COMMERCE.

Organy podatkowe na całym świecie dokonują obecnie analizy właściwego opodatkowania spółek działających w sektorze e-commerce i/lub gospodarki cyfrowej. Istnieje prawdopodobieństwo, że w przyszłości państwa mogą próbować nakładać na działalność Grupy nowe podatki od usług cyfrowych lub podatki od sprzedaży, bądź wprowadzać dodatkowe podatki dochodowe lub inne podatki związane z działalnością Grupy.

Komisja Europejska miała opublikować wniosek w sprawie opłaty cyfrowej, która pomogłaby UE opodatkować gospodarkę cyfrową i wesprzeć budżet UE oraz zaciąganie pożyczek w związku z wydatkami związanymi z COVID-19. Jednak ze względu na postępy w negocjacjach w ramach inicjatywy OECD Inclusive Framework, opłata cyfrowa i inne rozważane podatki od usług cyfrowych (DST) w UE zostały wstrzymane. Obecnie 141 krajów prowadzi negocjacje w sprawie I Filaru, w którym dokonuje się ponownego podziału praw do opodatkowania, oraz II filaru, w którym ustanawia się ramy dla minimalnego opodatkowania. Z założenia I Filar ma zastąpić konieczność stosowania podatków DST.

Poprzednio I Filar był systemem mającym na celu opodatkowanie firm cyfrowych. Jednak ze względu na trwające negocjacje zakres ten został obecnie zmieniony i obejmuje 100 największych przedsiębiorstw wielonarodowych. W ramach negocjacji I Filaru kraje, które wdrożyły DST lub podobny środek, zawiesiły te podatki. Największe ryzyko polega na tym, że państwa członkowskie OECD nie uzgodnią ostatecznej wersji I Filaru lub że nie wszystkie państwa członkowskie wdrożą I Filar do prawa krajowego. Doprowadziłoby to do ponownego wprowadzenia obecnie zawieszonych podatków DST, takich jak te we Francji i Włoszech, a także do ponownego złożenia przez UE wniosku dotyczącego opłaty cyfrowej.

Nowa wielostronna konwencja o wdrożeniu I filaru zostanie sfinalizowana do połowy 2023 r., by według zmienionego harmonogramu wejść w życie w 2024 r. Unia Europejska ze swojej strony przedstawiła już propozycję przekierowania zysków z I filaru do budżetu UE. W ujęciu ogólnym są to bardzo pozytywne zmiany, które powstrzymały próby nałożenia podatków cyfrowych przez ustawodawców unijnych i lokalnych.

Jeżeli jednak nie uda się osiągnąć porozumienia na poziomie OECD, mogą pojawić się nowe propozycje rozwiązań w zakresie podatków.

W grudniu 2022 r. na szczeblu unijnym pojawiła się nowa propozycja dotycząca opodatkowania podatkiem VAT w erze cyfrowej. Pakiet obejmuje (i) Dyrektywę wprowadzającą szereg istotnych zmian, które będą miały znaczący wpływ na spółki, które prowadzą działalność transgraniczną w UE, a w szczególności na te, które są oznaczone jako interfejsy elektroniczne (platformy internetowe itp.), (ii) zmiany w rozporządzeniu dotyczącym wymiany informacji o podatku VAT oraz (iii) zmiany w rozporządzeniu określającym wymogi informacyjne dla niektórych systemów VAT. Niektóre postanowienia tego aktu prawnego mogą mieć wpływ na działalność Grupy, będą wymagały wewnętrznego wdrożenia i mogą utrudniać Grupie prowadzenie sprzedaży za granicą (w tym w krajach trzecich).

Ponadto w niektórych projektach podatków od usług cyfrowych przewidziano ochronę przed dodatkowymi obciążeniami podatkowymi dla grup niezależnych ze względu na ich stosunkowo niskie obroty lub niską rentowność. Po przyłączeniu się Grupy Mall do Grupy, wszelkie tego typu zabezpieczenia zawarte w jakichkolwiek przyszłych regulacjach tego rodzaju, które mogą wejść w życie, będą prawdopodobnie nieskuteczne, gdy przepisy te zostaną zastosowane w odniesieniu do wyników finansowych całej Grupy. W rezultacie, ewentualne nałożenie podatków od usług cyfrowych lub podobnych może w istotny sposób pogorszyć wyniki finansowe działalności Grupy Mall.

Ponadto warto zauważyć, że rządy mogą nadal poszukiwać środków finansowych na pokrycie kosztów związanych z kryzysem wywołanym pandemią COVID-19. Przedsiębiorstwa cyfrowe, postrzegane jako zwycięzcy procesu cyfryzacji gospodarki, mogą znaleźć się na celowniku nowych podatków.

Grupa uważa, że nakładanie nowych podatków tego rodzaju na przedsiębiorstwa świadczące usługi cyfrowe, takie jak Grupa, których działalność koncentruje się głównie na rynku krajowym, jest nieuzasadnione, jednak nie może zapewnić, że jej wysiłki zmierzające do przekonania odpowiednich organów ustawodawczych w Unii Europejskiej lub w Polsce/krajach CE-5 o zasadności zastrzeżeń Grupy zakończą się sukcesem. W związku z powyższym wszelkie przyszłe zmiany prowadzące do nałożenia podatku od usług cyfrowych w Polsce/krajach CE-5 mogą mieć istotny negatywny wpływ na efektywne obciążenia podatkowe Grupy, a w niektórych przypadkach mogą prowadzić do podwójnego opodatkowania przychodów Grupy i postawić ją w niekorzystnej sytuacji w stosunku do jej konkurentów.

WZMOŻONY NACISK ZE STRONY WŁAŚCIWYCH ORGANÓW PODATKOWYCH NA KWESTIE ZWIĄZANE Z TRANSAKcjAMI Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI MOŻE SPOWODOWAĆ, ŻE ZASADY STOSOWANE PRZEZ GRUPĘ BĘDĄ PRZEDMIOTEM BARDZIEJ WNIKLIVEJ ANALIZY, A GRUPA MOŻE BYĆ NARAŻONA NA KONTROLE PODATKOWE I TRUDNOŚCI ZWIĄZANE Z TAKIMI TRANSAKcjAMI.

Zawierając i realizując transakcje z podmiotami powiązanymi, Grupa dba w szczególności o to, aby transakcje te były zgodne z obowiązującymi przepisami dotyczącymi cen transferowych. Niemniej jednak, ze względu na szczególny charakter transakcji z podmiotami powiązanymi, złożoność i niejednoznaczność przepisów prawnych regulujących metody badania stosowanych cen, jak też trudności w zidentyfikowaniu porównywalnych transakcji do celów odniesień, nie można zapewnić, że poszczególne spółki grupy nie zostaną poddane kontrolom lub innym czynnościom dochodzeniowym podejmowanym przez organy podatkowe. Organy podatkowe mogą mieć odmienne zdanie na temat przestrzegania przez Grupę zasad ustalania cen transferowych i mogą próbować zakwestionować zgod-

Ponadto Grupa nie jest w stanie przewidzieć skutków wszelkich przyszłych prób nałożenia podatku od sprzedaży, podatku dochodowego lub innych podatków, w szczególności na segment e-commerce. Nowe lub zmienione podatki, w szczególności podatki od sprzedaży, podatek VAT i podobne podatki, mogłyby prawdopodobnie zwiększyć koszty prowadzenia działalności w Internecie i zmniejszyć atrakcyjność reklamy i sprzedaży produktów przez Internet. Nowe podatki mogą również prowadzić do znacznego wzrostu kosztów administracyjnych związanych z gromadzeniem danych, pobieraniem i odprowadzaniem podatków oraz zapewnieniem zgodności z przepisami. Wystąpienie któregokolwiek z tych zdarzeń, samodzielnie lub łącznie, może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

ność niektórych transakcji zawieranych przez Grupę z zasadą ceny rynkowej. Ewentualne zakwestionowanie sposobów ustalania warunków rynkowych na potrzeby powyższych transakcji, skutkujące na przykład naliczeniem dodatkowego dochodu do opodatkowania, może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, wyniki operacyjne oraz cenę akcji Grupy.

Ponadto wzmożony nacisk ze strony organów podatkowych w Polsce i krajach CE-5 na kwestie związane z transakcjami z podmiotami powiązanymi może spowodować, że zasady stosowane przez Grupę będą przedmiotem bardziej wnikliwej analizy, a Grupa może być narażona na kontrole podatkowe i trudności związane z takimi transakcjami.

POLSKIE INTERPRETACJE PODATKOWE MOGĄ BYĆ PODWAŻANE.

Polska stosuje system interpretacji podatkowych, które co do zasady chronią podatników lub płatników przed negatywnymi konsekwencjami podatkowymi ich działań, jeśli: (i) interpretację podatkową uzyskano przed datą powstania zobowiązania podatkowego lub przed czynnością będącą przedmiotem interpretacji, (ii) podatnik lub płatnik postępuje zgodnie z podejściem potwierdzonym w interpretacji podatkowej i (iii) sprawa będąca przedmiotem interpretacji podatkowej nie jest przedmiotem postępowania podatkowego wszczętego, prowadzonego lub zakończonego przez organy podatkowe w momencie złożenia wniosku o wydanie interpretacji podatkowej. Interpretacje podatkowe mogą chronić podatnika lub płatnika przed negatywnymi konsekwencjami podatkowymi tylko wówczas, jeśli fakty przedstawione w celu uzyskania interpretacji podatkowej prawdziwie i rzetelnie opisują rzeczywistą czynność będącą przedmiotem takiej interpretacji podatkowej i jej okoliczności.

Organy podatkowe mogą kontrolować fakty przedstawione przez podatnika lub płatnika i porównywać je z tym, co się następnie wydarzy. Jeśli uznają, że fakty

są inne lub nieadekwatne, wtedy interpretacja podatkowa nie będzie chronić podatnika lub płatnika przed negatywnymi konsekwencjami podatkowymi. Grupa uzyskała w Polsce wiele indywidualnych interpretacji podatkowych i stosuje je w swoich bieżących rozliczeniach podatkowych. Nawet jeśli Grupa uważa, że fakty są należycie przedstawione do celów uzyskanych interpretacji podatkowych, organy podatkowe wciąż mogą usiłować zakwestionować to, co się następnie wydarzy (lub wydarzyło), jako niezgodne z faktami opisanymi przez Grupę w celu uzyskania interpretacji podatkowych i w związku z tym podważyć ochronę podatkową, jaka mogłaby wynikać z takich interpretacji. Interpretacje podatkowe, które dotyczą spraw objętych przepisami GAAR lub zakwestionowanych na ich podstawie, nie są wiążące i nie będą chronić podatnika lub płatnika przed negatywnymi konsekwencjami podatkowymi. Gdyby polskie organy podatkowe skutecznie zakwestionowały stosowanie niektórych interpretacji podatkowych, na których opierała się Grupa, mogłoby to mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

WYKLADNIA PRZEPISÓW PODATKOWYCH DOTYCZĄCYCH OPODATKOWANIA INWESTORÓW W POLSCE/KRAJACH CE-5 MOŻE BYĆ NIESPÓJNA, A PRZEPISY TE MOGĄ ULEC ZMIANIE I ISTNIEJE MOŻLIWOŚĆ, ŻE INWESTOR ZAGRANICZNY BĘDZIE, ZGODNIE Z OBECNIE OBOWIĄZUJĄCYMI POLSKIMI PRZEPISAMI PODATKOWYMI, ZOBOWIĄZANY DO ZAPŁATY W POLSCE PODATKU WYNIKAJĄCEGO Z INWESTYCJI W AKCJE OFEROWANE.

System prawny, a zwłaszcza prawo podatkowe w Polsce/krajach CE-5, charakteryzuje się częstymi zmianami, niejednoznacznością i niekonsekwentną praktyką stosowania prawa podatkowego; w związku z tym orzecznictwo dotyczące stosowania przepisów prawa podatkowego w Polsce/krajach CE-5 jest często niekonsekwentne. Dotyczy to w szczególności kwestii związanych z opodatkowaniem dochodów wygenerowanych przez inwestorów w związku z nabyciem, posiadaniem i zbyciem akcji spółki zagranicznej dopuszczonej do zorganizowanego obrotu na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie jak w przypadku Akcji Oferowanych. W szczególności polskie przepisy dotyczące źródła dochodów mogą traktować dochody z Akcji Oferowanych jako uzyskane w Polsce i objęte opodatkowaniem polskim podatkiem dochodowym, chyba że ma zastosowanie odpowiednia

umowa o unikaniu podwójnego opodatkowania, której stroną jest Polska i państwo rezydencji inwestora. Nie ma ponadto gwarancji, że nie zostaną wprowadzone niekorzystne zmiany przepisów podatkowych mających zastosowanie do inwestorów lub że organy podatkowe nie przyjmą odmiennej od dotychczas stosowanej interpretacji przepisów podatkowych, która okaże się dla nich niekorzystna, a każda z takich sytuacji może mieć niekorzystny wpływ na efektywne obciążenie podatkowe i faktyczne zyski inwestorów z inwestycji w Akcje.

W związku z powyższymi czynnikami ryzyko związane z polskim prawem podatkowym może być większe niż w innych krajach. Ryzyko to może mieć istotny negatywny wpływ na Ofertę w Polsce.

ORGANY PODATKOWE PRZEPROWADZAJĄ OBECNIE KONTROLE PODATKOWE W GŁÓWNYCH SPÓŁKACH OPERACYJNYCH GRUPY, KTÓRE MOGĄ, PODOBNIIE JAK WSZELKIE PRZYSZŁE KONTROLE PODATKOWE, WIAZAĆ SIĘ Z DODATKOWYMI KOSZTAMI DLA GRUPY.

Grupa zwraca uwagę na fakt, że zgodnie z publicznie dostępnymi informacjami kontrole podatkowe w Polsce w ostatnich latach są starannie ukierunkowane i coraz bardziej skuteczne. Kontrole były ukierunkowane w szczególności na dużych podatników lub podatników z poszczególnych sektorów gospodarki w oparciu o informacje uzyskane przez organy podatkowe ze standardowych plików kontrolnych, takich jak pliki JPK (jednolity plik kontrolny), które są polskim odpowiednikiem międzynarodowego standardu SAF-T służącego do elektronicznej wymiany wiarygodnych danych księgowych pomiędzy organizacjami a krajowymi organami podatkowymi. Od 1 lipca 2018 r. wszyscy polscy podatnicy są zobowiązani do przekazywania plików JPK na żądanie organów podatkowych w trakcie postępowania w sprawie podatku VAT, czynności sprawdzających lub kontroli podatkowych i celnych.

W ostatnim okresie polskie organy podatkowe koncentrowały się m.in. na rozliczeniach z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych, w tym podatku u źródła, oraz cenach transferowych, zwracając szczególną uwagę na wszelkie działania związane z restrukturyzacją grupy kapitałowej, rozliczeniami wewnątrzgrupowymi, nowymi lub innowacyjnymi ofertami i ich warunkami, a także finansowaniem dłużnym.

Grupa przeprowadza dogłębną, szczegółową analizę prawną i podatkową przed przeprowadzeniem działań restrukturyzacyjnych i transakcji oraz wprowadzeniem innowacyjnych ofert. Ponadto w miarę możliwości Grupa uzyskuje indywidualne interpretacje podatkowe potwierdzające poprawność planowanego lub przyjętego traktowania podatkowego czynności opodatkowanych. W związku z tym zdaniem Grupy wszystkie transakcje zrealizowane w przeszłości zostały poprawnie zaklasyfikowane do celów podatkowych, w szczególności zgodnie z obowiązującymi przepisami prawnymi i podatkowymi.

W chwili obecnej niektóre podmioty z Grupy w krajach CE-5 są przedmiotem kontroli podatkowej – np. CZC.cz s.r.o, m-HU Internet Kft., Internet Mall d.o.o., itd. Kontrole te są nadal w toku. W obecnym otoczeniu podatkowym Grupa nie może wykluczyć ryzyka, że organy podatkowe (np. w trakcie wspomnianych kontroli podatkowych) przyjmą inne podejście do sposobu ujmowania kwestii podatkowych niż to, które zostało przyjęte przez Grupę. Jeżeli w trakcie kontroli Grupa uzyska informacje o odmiennym podejściu organów podatkowych do jednego lub większej liczby zagadnień, dokona ona ponownej oceny swojego podejścia do kwestii budzących kontrowersje i może stwierdzić, w zależności od oceny zasadności argumentów przedstawionych przez organy podatkowe, że konieczne jest utworzenie rezerwy na dodatkowe zobowiązania podatkowe, kary i odsetki, co będzie miało negatywny wpływ na wyniki finansowe Grupy.

Kontrole podatkowe, które często są długotrwałe, mogą zmusić Grupę do zaangażowania swoich zasobów, a w konsekwencji do poniesienia dodatkowych kosztów. Ponadto same wyniki kontroli podatkowych mogą okazać się odmienne od późniejszych rozstrzygnięć sądów administracyjnych (w przypadku zaskarżenia rozstrzygnięć organów podatkowych).

Każda kontrola podatkowa może skutkować ustaleniami, które będą niekorzystne dla Grupy, a w przypadku ich podtrzymania po przeprowadzeniu stosownego postępowania, może mieć istotny niekorzystny wpływ na jej działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne.

WDROŻENIE UNIJNEGO PAKIETU VAT E-COMMERCE 2021 MOŻE SKUTKOWAĆ DODATKOWYM NARAŻENIEM GRUPY NA RYZYKO PODATKOWE Z UWAGI NA ROZWAŻANE PLANY WPROWADZENIA OBOWIĄZKU STOSOWANIA PRZEZ PLATFORMY HANDLOWE SYSTEMU IMPORT ONE STOP SHOP.

1 lipca 2021 roku wszystkie państwa członkowskie Unii Europejskiej wprowadziły nowe przepisy regulujące obowiązki w zakresie podatku VAT od transakcji B2C dla sprzedawców w handlu elektronicznym oraz operatorów interfejsów elektronicznych, w tym platform handlowych. Unijny Pakiet VAT e-Commerce 2021 wprowadził znaczące zmiany, na podstawie których operatorzy interfejsów elektronicznych, w tym platform handlowych, którzy ułatwiają transgraniczną sprzedaż konsumentom za pośrednictwem stron trzecich, są traktowani jako „uznani dostawcy” i, w niektórych przypadkach, jako podmioty pobierające podatek VAT. Ten system pełnej odpowiedzialności sprawił, że operatorzy interfejsów elektronicznych, w tym platform handlowych, są odpowiedzialni za naliczanie i pobieranie podatku VAT od transakcji z bazowymi dostawcami.

Zasady domniemania dostawcy i nałożenia na niego obowiązku rozliczenia podatku VAT od transakcji podmiotów trzecich są obowiązkowe w przypadku towarów, które są przechowywane na terytorium UE i wysyłane na terytorium UE przez sprzedawców spoza UE, niezależnie od wartości tych towarów oraz dobrowolne w przypadku towarów, które po złożeniu zamówienia przez kupującego na platformie handlowej są przywożone spoza UE o wartości netto nieprzekraczającej 150 EUR, sprzedawanych na platformie przez sprzedawców z Polski, UE i spoza UE.

GRUPA MOŻE BYĆ NARAŻONA NA WYSTĄPIENIE ZOBOWIĄZAŃ PODATKOWYCH PRZEKRACZAJĄCYCH JEJ PRZEWIDYWANIA.

Na dzień sporządzenia niniejszego Raportu obecność Grupy w jurysdykcjach poza granicami Polski/krajów CE-5 jest ograniczona. Jej obecność poza granicami kraju może wynikać z jej własnej działalności detalicznej (w ramach modelu 1P) lub z dokonywania przez jej sprzedawców i/lub konsumentów transakcji transgranicznych (w ramach modelu 3P). Grupa może jednak podlegać różnym formom opodatkowania lub obowiązkowi sprawozdawczym w innych jurysdykcjach, w tym, między innymi, podatkowi dochodowemu, podatkowi od towarów i usług lub podatkowi od sprzedaży.

Dotychczas Grupa nie wdrożyła tego dobrowolnego scenariusza, ponieważ korzyści z systemu Import One Stop Shop nie są gwarantowane i nadal istnieje ryzyko podwójnego opodatkowania.

Po wprowadzeniu nowych przepisów Grupa musi opierać się na informacjach przekazywanych przez sprzedawców do prowadzenia rozliczeń VAT od dokonywanej przez nich sprzedaży. Informacje te mogą zawierać błędy lub mogą okazać się nieprawdziwe. Może to również skutkować dodatkowym narażeniem na ryzyko podatkowe, nawet jeśli Grupa przestrzega przepisów zabezpieczających i przeprowadza kontrole działalności.

Ponadto przepisy te są nadal przedmiotem dalszych dyskusji na szczeblu unijnym, a scenariusz „Import One Stop Shop” może stać się obowiązkowy dla wszystkich platform handlowych. W takiej sytuacji, ponieważ system IOSS jest podatny na nadużycia, istnieje ryzyko podwójnego opodatkowania i będzie wymagał znaczących i czasochłonnych działań w zakresie rozwoju oprogramowania Grupy. Ponadto na szczeblu unijnym toczą się dyskusje na temat zmian w regulacjach celnych, co może skutkować nałożeniem dodatkowych obowiązków na platformy handlowe. Na razie nie są znane żadne szczegóły.

Prawo podatkowe i administracja podatkowa są złożone i często wymagają od Grupy dokonywania subiektywnych ustaleń. Zmiany w przepisach podatkowych, ich interpretacji lub stosowaniu bądź zmiany wysokości podatków nakładanych na przedsiębiorstwa mogą spowodować w przyszłości wzrost obciążeń podatkowych Grupy. Jeżeli Grupie nie uda się odpowiednio zarządzać tymi czynnikami ryzyka lub jeżeli wystąpi co najmniej jeden z nich, może to mieć istotny niekorzystny wpływ na reputację, działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

GRUPA MIERZY SIĘ Z RYZYKIEM ZAKWESTIONOWANIA JEJ AKTYWNOŚCI I/ LUB TRANSAKCJI W WYBRANYCH OBSZARACH W OPARCIU O KLAUZULĘ OGÓLNA PRZECIWKO UNIKANIU OPODATKOWANIA.

Przepisy dotyczące klauzuli GAAR mają zastosowanie do korzyści podatkowych uzyskanych po dacie ich wejścia w życie, w uzupełnieniu do istniejących przepisów dotyczących zwalczania nadużyć związanych z połączeniami, wydzieleniem spółek, kwalifikowanymi wymianami akcji i wypłatami dywidend zwolnionymi z podatku. Pod pewnymi warunkami organy podatkowe mogą również kontrolować przeszłe transakcje pod kątem przepisów GAAR. Przepisy GAAR pozwalają organom podatkowym na nieuznanie prawnie ważnej transakcji (relacji) do celów podatkowych, jeśli głównym celem tej transakcji było uniknięcie opodatkowania, gdzie „uniknięcie opodatkowania” jest interpretowane jako „czynność dokonana (lub szereg czynności dokonanych) przede wszystkim w celu osiągnięcia korzyści podatkowej, sprzecznej w danych okolicznościach z przedmiotem i celem przepisu ustawy podatkowej, jeżeli sposób działania był sztuczny”.

Sposób postępowania zostanie uznany za sztuczny, jeśli na podstawie istniejących okoliczności przyjmie się, że nie zostałyby on zastosowany przez podmiot działający rozsądnie i kierujący się zgodnymi z prawem celami innymi niż osiągnięcie korzyści podatkowej sprzecznej z przedmiotem i celem czynności podlegającej opodatkowaniu. Aby ocenić, czy dana czynność była sztuczna, należy zwrócić szczególną uwagę na: (i) nieuzasadniony podział operacji, (ii) zaangażowanie podmiotów pośredniczących bez znaczenia gospodarczego, (iii) elementy ukierunkowane na osiągnięcie wyniku identycznego lub podobnego do początkowego stanu faktycznego, (iv) elementy wzajemnie się znoszące lub wykluczające, (v) ryzyko ekonomiczne przewyższające planowane korzyści inne niż podatkowe do tego stopnia, że należy uznać, iż racjonalnie działający podmiot

nie zdecydowałby się na takie działanie, (vi) sytuacje, w których uzyskana korzyść podatkowa nie znajduje odzwierciedlenia w ponoszonym przez jednostkę ryzyku gospodarczym lub w jej przepływach pieniężnych, (vii) zysk przed opodatkowaniem, który jest nieistotny w porównaniu z korzyścią podatkową, która nie wynika bezpośrednio z rzeczywiście poniesionej straty ekonomicznej oraz (viii) zaangażowanie jednostki, która nie pełni istotnej funkcji gospodarczej, lub która ma siedzibę lub miejsce zamieszkania na terytorium stosującym szkodliwą konkurencję podatkową.

Korzyść podatkowa odnosi się do sytuacji, w której: (i) nie powstało zobowiązanie podatkowe, termin powstania zobowiązania podatkowego został odroczone lub zobowiązanie podatkowe zostało zmniejszone, lub powstała strata podatkowa lub jej wysokość została zawyżona; lub (ii) powstała strata podatkowa lub jej wysokość została zawyżona lub (iii) powstała nadpłata podatku lub powstało prawo do ubiegania się o zwrot podatku, lub kwota nadpłaty podatku lub podatku do zwrotu uległa zwiększeniu; lub (iv) nie istnieje obowiązek pobrania podatku przez płatnika podatku, jeżeli obowiązek ten wynika z okoliczności wskazanych w pkt (i) powyżej.

Grupa narażona jest na ryzyko, że jej działalność i/lub transakcje w wybranych obszarach mogą zostać zakwestionowane na podstawie przepisów GAAR, włączając w to transakcje dokonane przed wejściem w życie przepisów GAAR. Wszelkie potencjalne decyzje dotyczące przepisów GAAR mogą być niekorzystne dla Grupy i mogą mieć istotny negatywny wpływ na jej działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne.

SPÓŁKA ALLEGRO NARAŻONA JEST NA RYZYKO ZWIĄZANE Z JEJ STATUSEM OPERATORA POCZTOWEGO.

Spółka Allegro została uznana za operatora pocztowego i z tego tytułu jej działalność podlega szeregowi regulacji branżowych oraz bieżącemu nadzorowi ze strony polskiego organu odpowiedzialnego za regulację działalności operatorów pocztowych – Urzędu Komunikacji Elektronicznej („UKE”).

Dalszy rozwój tego segmentu działalności Grupy w wyniku inicjatyw mających na celu usprawnienie logistyki i innych usług świadczonych przez Grupę może wiązać się z koniecznością spełnienia dodatkowych wymogów regulacyjnych. Nieprzestrzeganie przez Grupę obowiązujących przepisów prawa i regulacji może skutkować nałożeniem kar pieniężnych, co może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

Otoczenie regulacyjne dotyczące usług pocztowych i kurierskich w Unii Europejskiej ulega obecnie zmianom i spodziewane są pewne propozycje nowych przepisów

ogólnounijnych dotyczących, między innymi, transgranicznych, powszechnych usług pocztowych oraz wymogów w zakresie cyberbezpieczeństwa. Wszelkie takie zmiany regulacyjne mogą mieć bezpośredni wpływ na działalność Grupy lub wpływ pośredni poprzez jej dostawców. Grupa nie może ponadto wykluczyć, że w przyszłości na operatorów pocztowych, takich jak Allegro, nie zostaną nałożone nowe podatki lub podobne opłaty w celu wsparcia wyników finansowych powszechnej usługi pocztowej świadczonej przez polskiego publicznego operatora pocztowego. Zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa pocztowego, jeżeli Allegro osiąga przychody z powszechnych usług pocztowych lub równorzędnych usług pocztowych (innych niż usługi kurierskie), może być zobowiązane do uczestniczenia w takim wsparciu. Jeżeli Grupie nie uda się odpowiednio zarządzać tymi czynnikami ryzyka lub jeżeli wystąpi co najmniej jeden z nich, może to mieć istotny niekorzystny wpływ na reputację, działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.



RYZYKO ZWIĄZANE Z AKCJAMI

PRZYSZŁA SPRZEDAŻ LUB MOŻLIWOŚĆ PRZYSZŁEJ SPRZEDAŻY ZNA CZNEJ LICZBY AKCJI PRZEZ AKCJONARIUSZY MOŻE MIEĆ ISTOTNY NEGATYWNY WPŁYW NA CENĘ RYNKOWĄ AKCJI.

Znaczący akcjonariusze Spółki, a także Dyrektorzy i Członkowie Kierownictwa Wyższego Szczebla oraz inni członkowie kierownictwa Spółki mogą sprzedawać znaczne ilości posiadanych przez siebie akcji na rynku publicznym. Taka sprzedaż może utrudnić Spółce pozyskanie kapitału poprzez emisję kapitałowych papierów wartościowych w przyszłości..

DYWIDENDY I ZYSKI ZE ZBYCIA AKCJI MOGĄ, W PEWNYCH OKOLICZNOŚCIACH, PODLEGAĆ OPODATKOWANIU W POLSCE W PRZYPADKU ICH OTRZYMANIA LUB UZYSKANIA PRZEZ OSOBY NIEBĘDĄCE POLSKIMI REZYDENTAMI PODATKOWYMI.

Inwestorzy, którzy nie mają miejsca zamieszkania na terytorium Polski, są zobowiązani do zapłaty podatku wyłącznie od dochodów uzyskanych na terytorium Polski (tj. od dochodów ze źródeł polskich). Dochody uzyskane na terytorium Polski obejmują, między innymi, dochody z papierów wartościowych i pochodnych instrumentów finansowych, które są dopuszczone do publicznego obrotu na terytorium Polski na regulowanym rynku giełdowym, w tym dochody uzyskane ze zbycia tych papierów wartościowych lub pochodnych instrumentów finansowych, oraz z realizacji praw wynikających z któregośkolwiek z powyższych. Z uwagi na fakt, że akcje są przedmiotem obrotu na GPW, dywidendy i zyski ze zbycia Akcji mogą, w pewnych okolicznościach, podlegać opodatkowaniu w Polsce w przypadku ich otrzymania lub uzyskania przez osoby niebędące polskimi rezydentami podatkowymi. Dotyczy to przede wszystkim sytuacji, gdy pomiędzy Polską a krajem, w którym inwestor jest rezydentem podatkowym, nie ma zastosowania zwolnienie lub umowa o unikaniu podwójnego opodatkowania.

2.3. Kwestie regulacyjne

WPROWADZENIE

Działalność Grupy podlega licznym przepisom prawa, zasadom i regulacjom kształtowanym zarówno przez prawodawstwo unijne, jak prawodawstwo obowiązujące w krajach, w których Grupa prowadzi działalność. Wymogi regulacyjne, którym podlega działalność Grupy, mogą ulegać zmianom ze względu na ich ciągłe dostosowywanie na poziomie krajowym, europejskim i międzynarodowym. Dyskusje dotyczące regulacji na szczeblu unijnym i krajowym koncentrują się w dużej mierze na platformach internetowych i serwisach sprzedaży online i mogą skutkować nałożeniem dodatkowych obowiązków i kosztów. Spowoduje to powstanie rozległych obowiązków i potencjalnie utworzenie nowych organów nadzorczych oraz stworzy ryzyko regulacyjne.

W 2022 roku na poziomie krajowym i unijnym zakończono szereg procesów legislacyjnych mających znaczenie dla Grupy, które zostały opisane w Raporcie Rocznym za rok 2021. Obejmują one między innymi regulacje dotyczące odpowiedzialności i obowiązków platform internetowych (Akt o usługach cyfrowych, Rozporządzenie o ogólnym bezpieczeństwie produktów), tak zwane regulacje strażników dostępu (Akt o rynkach cyfrowych), akty sektorowe (Ustawa o przeciwdziałaniu lichwie, Rozporządzenie o bateriach i zużytych bateriach) oraz inne istotne kwestie (Dyrektywa w sprawie kobiet w zarządach, Dyrektywa w sprawie różnic w wynagrodzeniu kobiet i mężczyzn, Dyrektywa w sprawie bezpieczeństwa sieci i informacji „NIS 2”, Akt w sprawie operacyjnej odporności cyfrowej (Digital Operational Resilience Act, DORA). Będą one wymagały wewnętrzznego wdrożenia i pociągną za sobą zmiany w sposobie prowadzenia działalności przez Grupę.

W UE trwają również prace nad regulacjami dotyczącymi sztucznej inteligencji, wymiany danych między przedsiębiorstwami i między przedsiębiorstwami a władzami publicznymi, funkcjonowania platform, zrównoważonego charakteru produktów i wiele innych.

Ponadto w 2022 r. opublikowano szereg projektów aktów prawnych, które będą miały ogólny wpływ na gospodarkę cyfrową i sektor e-commerce. Dotyczy to między innymi projektu pakietu VAT w erze cyfrowej, projektu Rozporządzenia w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych (PPWR), projektu Rozporządzenia o cyberodporności (CRA), projektu Dyrektywy o odpowiedzialności za produkt (PLD), projektu Dyrektywy o odpowiedzialności za sztuczną inteligencję (AILD).

Rosnąca liczba przepisów związanych z branżą e-commerce i gospodarką cyfrową zwiększa ryzyko przeoczenia istotnych przepisów i braku możliwości ograniczenia zawczasu związanego z nimi ryzyka. Ryzyko to będzie się zwiększać w miarę jak Grupa będzie rozszerzać swoją działalność na nowe kraje. Nieprzestrzeganie przez Grupę któregokolwiek z tych przepisów może skutkować powstaniem odpowiedzialności cywilnej, nałożeniem nakazów administracyjnych, kar pieniężnych, a nawet sankcji karnych. Sytuacja taka może mieć również niekorzystny wpływ na reputację Grupy.

Poniżej przedstawiono wybrane informacje na temat niektórych aspektów otoczenia regulacyjno-prawnego, które odnoszą się do kluczowych obszarów działalności Grupy, z uwzględnieniem najważniejszych zmian w tych przepisach, które zostały ostatnio przyjęte. Informacje te nie są wyczerpujące oraz nie stanowią całościowego ani pełnego opisu obowiązujących wymogów regulacyjnych i prawnych.

AKT O USŁUGACH CYFROWYCH ORAZ AKT O RYNKACH CYFROWYCH

W 2022 r. Komisja Europejska przyjęła dwa projekty mające znaczenie dla usług cyfrowych i platform e-commerce: Akt o usługach cyfrowych (Digital Services Act, DSA)^[1] oraz Akt o rynkach cyfrowych (Digital Markets Act, DMA), określanymi wcześniej jako regulacje ex ante^[2]. Obie regulacje wprowadzają wysokie kary finansowe za brak zgodności z przepisami.

Akt o usługach cyfrowych redefiniuje obowiązki platform w zakresie zwalczania nielegalnych treści (mechanizm zgłaszania i działania, zaufane podmioty sygnalizujące), zwiększa obowiązki platform w zakresie przejrzystości względem użytkowników (m.in. w zakresie rekomendacji i reklamy, moderowania treści, zautomatyzowanego podejmowania decyzji), wprowadza obowiązek weryfikacji (identyfikowalności) sprzedawców oraz wprowadza obowiązki sprawozdawcze wobec właściwych organów krajowych i Komisji Europejskiej. Przyjęto bardziej rygorystyczne narzędzia egzekwowania przepisów, w tym sankcje finansowe do wysokości 6% rocznego obrotu. Co ważniejsze, zostanie powołany nowy organ nadzorczy, którego zadaniem będzie zapewnienie zgodności z rozporządzeniem – Koordynator Usług Cyfrowych. W trakcie prac legislacyjnych dodano kolejne przepisy odnoszące się w szczególności do odpowiedzialności platform handlu internetowego za towary osób trzecich

sprzedawane za ich pośrednictwem. Platformy powinny być dostosowane do wymogów DSA do dnia 17.02.2024. Warto zauważyć, że Grupa nie przekracza 45 milionów aktywnych użytkowników w rozumieniu DSA, a zatem nie będzie zobowiązana do wypełniania obowiązków nałożonych na Bardzo Duże Platformy Internetowe.

Akt o rynkach cyfrowych – wprowadza obowiązki i ograniczenia dotyczące niektórych praktyk biznesowych dla „platform pełniących rolę strażników dostępu”, takie jak zakaz łączenia danych pomiędzy usługami platformy pełniącej rolę strażnika dostępu z danymi osób trzecich, danymi użytkowników za ich zgodą, zakaz stosowania praktyk faworyzowania własnych produktów lub usług, zakaz ograniczania dostępu użytkowników biznesowych do prawa użytkowników oraz użytkowników biznesowych do sprzedaży poza platformą (niższe ceny), ograniczenia w łączeniu usług, obowiązki w zakresie udostępniania danych oraz ograniczenia w wykorzystywaniu danych.

Chociaż obecnie Allegro nie mieści się w definicji strażnika dostępu określonej w DMA. Akt ten może jednak mieć zastosowanie do Allegro w przyszłości, zwłaszcza w przypadku kolejnych fuzji i przejęć.

[1] Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie jednolitego rynku usług cyfrowych (akt o usługach cyfrowych) i zmieniającego dyrektywę 2000/31/WE.

[2] Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie w sprawie kontestowalnych i uczciwych rynków w sektorze cyfrowym.

PRACE NAD NOWYMI UNIJNYMI RAMAMI PRAWNYMI DLA SZTUCZNEJ INTELIGENCJI

W kwietniu 2021 r. Komisja Europejska opublikowała projekt rozporządzenia w sprawie ustanowienia zharmonizowanych zasad dotyczących sztucznej inteligencji. We wniosku zdefiniowano m.in. system sztucznej inteligencji; zakazano stosowania niektórych systemów SI postrzeganych jako inwazyjne lub manipulacyjne; określono wymogi dla systemów SI wysokiego ryzyka oraz zasady wprowadzania systemów SI na rynek UE i do użytku. Przewiduje ono obowiązki w zakresie przejrzystości w odniesieniu do niektórych systemów SI oraz określa zasady monitorowania i nadzoru rynku, w tym sankcje w wysokości do 30 000 000 euro lub do 6% całkowitego rocznego światowego obrotu za poprzedni rok obrotowy. Jako zastosowania wysokiego ryzyka

postrzegane jest m.in. wykorzystanie systemów SI do oceny zdolności kredytowej, w kontekście zatrudnienia oraz identyfikacji biometrycznej.

Wniosek, jeśli zostanie przyjęty w kształcie zaproponowanym przez KE, będzie oznaczał konieczność dokładnej oceny wykorzystywanych algorytmów SI w spółce, wymóg utrzymywania systemów zarządzania ryzykiem dla aplikacji wysokiego ryzyka, szereg wymogów w zakresie zarządzania danymi, sprawozdawczości i dokumentacji. Spowodują one wzrost kosztów zapewnienia zgodności z przepisami oraz – biorąc pod uwagę nowe ramy i niejasne definicje – mogą wprowadzić niepewność związaną z wykorzystaniem SI.

PRZEPISY DOTYCZĄCE KREDYTÓW KONSUMENCKICH

W 2022 r. przepisy dotyczące kredytu konsumenckiego były przedmiotem zmian zarówno na poziomie polskim, jak i unijnym. Wkrótce zakończą się prace nad opublikowanym 30 czerwca przeglądem unijnej dyrektywy o kredytach konsumenckich^[1]. Wniosek wprowadza szereg dodatkowych wymogów w zakresie sprawozdawczości, obowiązków w zakresie udzielania informacji przed zawarciem umowy oraz limitów stóp procentowych. Państwa członkowskie przyjmują sankcje w wysokości do 4% obrotu wierzyciela dopuszczającego się naruszenia w danym państwie członkowskim. Dotyczyć to będzie wszystkich kredytów konsumenckich bez względu na kwotę i okres kredytowania (usunięto kwoty minimalne, a także wyłączenie dla kredytów krótkoterminowych).

We wrześniu 2022 roku przyjęto polską ustawę o przeciwdziałaniu lichwie. Zakłada ona m.in. obniżenie limitów pozaodsetkowych kosztów kredytów konsumenckich, nadzór Komisji Nadzoru Finansowego nad sektorem pożyczkowym oraz zakaz udzielania pożyczek ze środków pochodzących z emisji obligacji i crowdfundingu pożyczkowego. Ustawa wprowadza przedumowny obowiązek uzyskiwania i weryfikowania przez podmioty udzielające kredytów konsumenckich informacji o dochodach i wydatkach konsumentów, niezależnie od kwoty kredytu i jego przeznaczenia.

Biorąc pod uwagę zmiany wprowadzone w ramach procesu legislacyjnego, ostateczna wersja ustawy pozbawiona została najbardziej problematycznych zapisów.

Warto również nadmienić, że w grudniu 2022 roku rząd przedstawił projekt ustawy o zmianie niektórych ustaw w związku z zapobieganiem kradzieży tożsamości. Proponowana regulacja ma na celu wzmocnienie ochrony przed nadużyciami wynikającymi z kradzieży danych, które umożliwiają jednoznaczną identyfikację osoby fizycznej. W szczególności dotyczy to ograniczenia skali zaciągania pewnych zobowiązań finansowych i majątkowych na podstawie skradzionych danych. Ustawa obejmie swym zakresem spółki udzielające pożyczek (banki i firmy pożyczkowe). Jeśli ustawa zostanie przyjęta w jej obecnym brzmieniu, Allegro Pay przed zawarciem umowy o kredyt konsumencki będzie zobowiązane do każdorazowej weryfikacji numeru PESEL kredytobiorcy w nowo utworzonym rejestrze numeru PESEL (Powszechny Elektroniczny System Ewidencji Ludności). Proponowana regulacja może spowodować konieczność wprowadzenia zmian w wewnętrznej procedurze udzielania kredytów konsumenckich.

[1] Wniosek dotyczący Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie kredytów konsumenckich; COM(2021) 347 wersja ostateczna

BEZPIECZEŃSTWO PRODUKTÓW

Podmioty prowadzące sprzedaż detaliczną, które wprowadzają produkty do obrotu w Unii Europejskiej, muszą zagwarantować, że produkty te są bezpieczne. Taki jest również cel dyrektywy 2001/95/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 3 grudnia 2001 r. w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów („Dyrektywa w sprawie bezpieczeństwa produktów”), zgodnie z którą producenci muszą wprowadzać do obrotu produkty spełniające ogólny wymóg bezpieczeństwa. Ponadto podmioty te muszą dostarczyć konsumentom informacji niezbędnych do oceny zagrożenia związanego z danym produktem, w szczególności gdy nie jest ono bezpośrednio oczywiste, oraz muszą podejmować środki niezbędne do uniknięcia takiego zagrożenia (np. wycofać produkty z rynku, poinformować konsumentów, wycofać produkty, które już zostały dostarczone konsumentom itd.). W tym kontekście ważne jest, że na mocy Dyrektywy w sprawie bezpieczeństwa produktów – podobnie jak na mocy większości innych europejskich i/lub krajowych przepisów dotyczących bezpieczeństwa produktów – importer (tj. w większości przypadków również sprzedawca detaliczny) produktu, który został wyprodukowany w kraju spoza Unii Europejskiej, jest traktowany jako producent tego produktu.

Zgodnie z Dyrektywą w sprawie bezpieczeństwa produktów dystrybutorzy są zobowiązani do dostarczania produktów zgodnych z ogólnym wymogiem bezpieczeństwa, do monitorowania bezpieczeństwa produktów na rynku oraz do dostarczania niezbędnych dokumentów zapewniających możliwość śledzenia produktów. Jeśli producent lub dystrybutor stwierdzi, że dany produkt jest niebezpieczny, musi on powiadomić właściwe organy i, w razie konieczności, podjąć z nimi współpracę.

W Polsce Dyrektywa w sprawie bezpieczeństwa produktów została wdrożona na mocy ustawy z dnia 12 grudnia 2003 r. o ogólnym bezpieczeństwie produktów oraz nowelizacji Kodeksu cywilnego z dnia 23 kwietnia 1964 r. Dalsze szczegółowe przepisy są określone w różnych ustawach i rozporządzeniach rządowych dotyczących bezpieczeństwa określonych produktów/grup produktów.

W czerwcu 2021 roku Komisja Europejska opublikowała zmiany zasad dotyczących bezpieczeństwa produktów^[2]. Prace legislacyjne zostały zakończone i ostateczny tekst ma zostać opublikowany w drugim kwartale 2023 r. Regulacja będzie obowiązywać od końca 2024 r. Regulacja wzmacnia prawa konsumentów na jednolitym rynku UE, który uległ przemianom w wyniku digitalizacji i pandemii COVID-19. Przeciwdziała zagrożeniom związanym z zakupami w internecie, wprowadzając zasady bezpieczeństwa produktów dla platform handlu internetowego. Ma na celu zapewnienie, aby wszystkie produkty docierające do konsumentów w UE, za pośrednictwem kanałów internetowych lub pozainternetowych, były bezpieczne, niezależnie od tego, czy pochodzą z UE, czy spoza niej, oraz aby niebezpieczne produkty były wycofywane z rynku. Projekt będzie miał istotny wpływ na funkcjonowanie platformy handlowej Allegro, centrum realizacji zamówień oraz działalność w modelu 1P. Zwiększy obowiązki związane z produktami, w tym w zakresie usuwania niebezpiecznych produktów, dostępu do interfejsów/danych dla organów nadzoru rynku, projektowania interfejsów online, aby umożliwić sprzedawcom podawanie informacji o produktach w ofertach, współpracy w zakresie zapewniania skutecznego wycofywania produktów, organizowania kontroli produktów. Projekt pierwotnie przewidywał wysokie kary finansowe (4% rocznego obrotu), jednakże w obecnej wersji pozostawiono państwom członkowskim możliwość ustanowienia skutecznych, proporcjonalnych i odstraszących kar.

[2] Wniosek dotyczący rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów, zmieniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1025/2012 oraz uchylające dyrektywę Rady 87/357/EWG i dyrektywę 2001/95/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (COM(2021) 346 wersja ostateczna)

OCHRONA PRYWATNOŚCI DANYCH

PRZEPISY OGÓLNE

W ramach swojej zwykłej działalności Grupa przetwarza znaczne ilości danych osobowych. Dlatego też Grupa wdrożyła rygorystyczne zasady ochrony prywatności oraz rozwiązania informatyczne zapewniające przetwarzanie danych osobowych w sposób zgodny z przepisami.

Ogólne rozporządzenie o ochronie danych, które weszło w życie w 25 maja 2018 r., określa ogólne ramy europejskiego systemu ochrony prywatności danych. Kary za naruszenie przepisów RODO mogą być znaczące i zależne od okoliczności danego naruszenia. W najgorszym przypadku mogą one sięgać nawet 4% obrotów Grupy. Ponadto organ nadzorczy może ograniczyć dalsze wykorzystywanie przedmiotowych danych, co może mieć potencjalny wpływ na działalność Grupy. Na poziomie lokalnym uzupełnieniem RODO są akty prawa miejscowego.

Poniższe punkty ilustrują wybrane obszary ochrony prywatności danych, które mają szczególne znaczenie w sektorze e-commerce:

- **Reklama z wykorzystaniem poczty elektronicznej:** Z pewnymi wyjątkami reklamy przesyłane pocztą elektroniczną (np. newslettery, rekomendacje produktów lub ogłoszenia o sprzedaży) mogą być wysyłane wyłącznie do adresatów, którzy udzielili na to wcześniej wyraźnej zgody. Unijne przepisy regulujące kwestię marketingu mailowego zawarte są w RODO oraz, funkcjonującej jako lex specialis w stosunku do RODO, tzw. Dyrektywie o e-prywatności (dyrektywa 2002/58/WE z późn. zm.). Ogólna zasada wynikająca z Dyrektywy o e-prywatności stanowi, że wykorzystanie poczty elektronicznej do celów marketingu bezpośredniego jest dozwolone wyłącznie w odniesieniu do abonentów lub użytkowników (danych publicznych usług łączności elektronicznej), którzy uprzednio wyrazili na to zgodę (wybrali taką możliwość). Zasady te mogą ulec dalszym zmianom, ponieważ obecnie trwa przegląd Dyrektywy o e-prywatności.
- **Analiza aktywności użytkowników:** Technologie analizy aktywności w Internecie, takie jak pliki cookie lub narzędzia śledzące (np. Google Analytics), umożliwiają operatorowi strony internetowej personalizację ofert i działań marketingowych w celu lepszego dopasowania ich do zainteresowań użytkowników. Choć większość narzędzi do analizy aktywności w Internecie dokonuje anonimizacji lub pseudonimizacji zebranych danych i nie pozwala na późniejsze przypisanie danych do poszczególnych osób, których dane dotyczą, korzystanie z takich narzędzi może mimo wszystko być obwarowane przepisami dotyczącymi ochrony prywatności danych. Na przykład wykorzystywanie plików cookie jest regulowane dyrektywą o prywatności i łączności elektronicznej, która przewiduje system dobrowolnego wyboru (opt-in), zgodnie z którym stosowanie plików cookie wymaga świadomej zgody użytkownika strony internetowej.

CYBERBEZPIECZEŃSTWO

System cyberbezpieczeństwa w UE został zharmonizowany na mocy Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/1148 z dnia 6 lipca 2016 r. w sprawie środków na rzecz wysokiego wspólnego poziomu bezpieczeństwa sieci i systemów informatycznych na terytorium Unii („Dyrektywa NIS”), która weszła w życie 8 sierpnia 2016 r. Dyrektywa NIS nakłada na „operatorów usług kluczowych” w sektorach infrastruktury krytycznej, takich jak sektor energetyczny, transportowy lub bankowy, jak również na „dostawców usług cyfrowych” (np. internetowe platformy handlowe), obowiązek dokładnego przeglądu istniejących mechanizmów bezpieczeństwa sieci, wdrożenia „najnowocześniejszych” środków bezpieczeństwa, które zapewnią poziom bezpieczeństwa ich infrastruktury dostosowany do ryzyka, na jakie narażony jest dany podmiot, jak również ustanowienia odpowiednich środków powiadomiania w celu niezwłocznego zawiadomiania właściwych organów o wszelkich incydentach mających istotny wpływ na usługi oferowane w Unii Europejskiej.

Uzupełnieniem dyrektywy NIS jest Rozporządzenie wykonawcze Komisji (UE) 2018/151 z dnia 30 stycznia 2018 r. ustanawiające zasady stosowania tej dyrektywy do dalszego doprecyzowania elementów, jakie mają być uwzględnione przez dostawców usług cyfrowych w kontekście zarządzania istniejącymi ryzykami w zakresie bezpieczeństwa sieci i systemów informatycznych, oraz parametrów służących do określenia, czy dany incydent ma istotny wpływ.

Dyrektywa NIS została wdrożona w Polsce na mocy ustawy z dnia 5 lipca 2018 r. o krajowym systemie cyberbezpieczeństwa, która określa szczegółowe obowiązki w ramach dyrektywy NIS oraz przewiduje kary za naruszenia, które mogą być nakładane przez polskiego Ministra Cyfryzacji.

O ile potencjalne kary za poszczególne naruszenia w normalnych warunkach nie przekraczają 20 000 PLN za każde naruszenie, o tyle w mało prawdopodobnym przypadku stwierdzenia notorycznych naruszeń przepisów przez Grupę, które mogą skutkować:

- bezpośrednim i poważnym zagrożeniem cyberbezpieczeństwa dla obronności, bezpieczeństwa państwa, bezpieczeństwa i porządku publicznego lub życia i zdrowia ludzi; lub
- zagrożeniem spowodowania poważnej szkody majątkowej lub istotnego zakłócenia w świadczeniu usług kluczowych,

kary pieniężne mogą wynieść do 1,0 mln PLN.

W grudniu 2020 roku Komisja Europejska opublikowała projekt dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie środków na rzecz wysokiego wspólnego poziomu cyberbezpieczeństwa na terytorium Unii, uchylającej Dyrektywę NIS. Prace na poziomie unijnym zostały zakończone 28 listopada 2022 r. Państwa członkowskie będą musiały dokonać transpozycji NIS 2 do swojego prawa krajowego do 17 października 2024 r. i zastosują te środki do 18 października 2024 r. Dyrektywa ma na celu zapewnienie wysokiego poziomu odpowiedzialności za działania w zakresie zarządzania ryzykiem cybernetycznym i wprowadza obowiązki sprawozdawcze na poziomie kluczowych i istotnych podmiotów. Obowiązki te powinny być zatwierdzane i nadzorowane przez organ zarządzający. Warto zwrócić uwagę, że operatorzy pocztowi są objęci zakresem dyrektywy NIS jako istotne podmioty, co może pociągać za sobą dodatkowe obowiązki związane z zapewnieniem bezpieczeństwa usług.

OCHRONA KONKURENCJI I KONSUMENTÓW

Ze względu na charakter swojej działalności Grupa podlega różnym regulacjom w zakresie ochrony konkurencji i konsumentów.

OCHRONA KONKURENCJI

Praktyki ograniczające konkurencję (porozumienia antykonkurencyjne i nadużywanie pozycji dominującej) są zakazane na mocy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz TFUE. Ochrona konkurencji jest prowadzona na szczeblu europejskim przez Komisję Europejską, a na szczeblu krajowym przez Prezesa UOKiK. Prezes UOKiK ma również prawo do bezpośredniego stosowania unijnego prawa konkurencji (art. 101 i 102 TFUE), jeżeli naruszenie wpływa na wymianę handlową między państwami członkowskimi UE.

OCHRONA KONSUMENTÓW

Zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes UOKiK, działając w interesie publicznym, jest odpowiedzialny za realizację polityki ochrony konsumentów. Prezes UOKiK prowadzi postępowania dotyczące (i) praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz (ii) klauzul abuzywnych we wzorcach umów zawieranych z konsumentami. Grupa musi również przestrzegać szeregu przepisów dotyczących ochrony konsumentów ustanowionych na poziomie UE. Istnieje wiele aktów prawnych dotyczących ochrony konsumentów, a najważniejszym z nich jest ustawa o prawach konsumentów, która została niedawno znowelizowana w związku z wdrożeniem dyrektywy Omnibus. Nowe przepisy obowiązują od 1 stycznia 2023 r. i są już przedmiotem kontroli UOKiK. Warto zauważyć, że Allegro było pionierem w zakresie wdrażania zmian w prawie ochrony konsumentów, ponieważ Allegro spełniało wymogi wynikające z przepisów jeszcze przed wejściem w życie nowego prawa (będącego opóźnioną implementacją przepisów unijnych) w Polsce.

POTENCJALNE SANKCJE ZA NARUSZENIE PRZEPISÓW O OCHRONIE KONKURENCJI I KONSUMENTÓW

Prezes UOKiK może wydać decyzję i nałożyć na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości do 10% jego obrotu osiągniętego w roku poprzedzającym nałożenie kary m.in. za (i) naruszenie polskiego (lub unijnego) prawa ochrony konkurencji, (ii) uznanie danej praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów lub (iii) uznanie postanowień zawartych we wzorcu umowy za abuzywne. Prezes UOKiK może również (i) wyegzekwować zaniechanie stosowania praktyki/ klauzuli abuzywnej i/lub (ii) nakazać przedsiębiorcy usunięcie skutków naruszenia. Dodatkowo jeśli spółka nie zastosuje się do decyzji Prezesa UOKiK, Prezes UOKiK może nałożyć na nią karę pieniężną w wysokości do 10 000 EUR (ok. 46 148 PLN) za każdy dzień zwłoki.

Prezes UOKiK może również nałożyć na osoby fizyczne (osoby zarządzające) karę pieniężną w wysokości do 2,0 mln PLN w przypadku stwierdzenia, że przyczyniły się one w sposób umyślny do naruszenia przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (z wyjątkiem zmowy przetargowej, która stanowi przestępstwo), do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów lub do stosowania abuzywnych klauzul umownych (do 5,0 mln PLN w sprawach konsumenckich w sektorze finansowym). Sankcja ta nie może być nałożona na osoby fizyczne w przypadku stwierdzenia nadużycia pozycji dominującej.

Umowy/postanowienia, które stanowią naruszenie, są nieważne w całości lub w odnośnej części.

W szczególnych okolicznościach ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów przewiduje możliwość zakończenia postępowania w drodze decyzji o nałożeniu zobowiązania. Spółka może zaproponować realizację zobowiązania, które pozwoli jej wyeliminować daną praktykę lub jej skutki, a Prezes UOKiK, uznając, że zaproponowane zobowiązanie pozwoli jej osiągnąć te cele, może nałożyć, w drodze decyzji administracyjnej, obowiązek realizacji tego zobowiązania. Tym samym spółka unika kar pieniężnych za naruszenie przepisów.

Prezes UOKiK może we wszystkich postępowaniach nałożyć na spółkę karę pieniężną w wysokości do 50,0 mln EUR (ok. 230,7 mln PLN) za nieudzielenie informacji, udzielenie nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd informacji lub za brak współpracy podczas kontroli lub dochodzeń prowadzonych przez Prezesa UOKiK w związku z postępowaniem.

Ponadto KE jest uprawniona do nakładania kar pieniężnych w wysokości do 10% obrotu danego przedsiębiorstwa w ostatnim roku obrotowym za naruszenie unijnych reguł konkurencji. Ten 10-procentowy limit może być również ustalany na podstawie obrotów grupy, do której należy dana spółka.

Grupa może być narażona na roszczenia odszkodowawcze z powództwa cywilnego w związku z domniemanym lub faktycznym naruszeniem prawa o ochronie konkurencji lub konsumentów. Postępowanie odszkodowawcze może być wszczęte na podstawie samodzielnego powództwa lub na podstawie powództwa będącego następstwem decyzji o egzekwowaniu na drodze publicznej, np. decyzji Prezesa UOKiK lub KE. Aby zapewnić skuteczną egzekucję takich roszczeń, w ostatnich latach w całej Unii Europejskiej opracowywano ramy prawne w zakresie egzekwowania prawa na drodze prywatnoprawnej w celu m.in. wprowadzenia dyrektywy harmonizującej przepisy dotyczące wielu kwestii pojawiających się w roszczeniach o naprawienie szkody spowodowanej naruszeniem zasad konkurencji oraz wprowadzenia mechanizmów zbiorowego dochodzenia roszczeń. Ramy te mają na celu wzmocnienie pozycji osób prywatnych występujących z roszczeniami o odszkodowanie poprzez usunięcie przeszkód materialnych i proceduralnych utrudniających im udowodnienie naruszenia i uzyskanie odszkodowania.

POTENCJALNE PLANOWANE ZMIANY USTAWY O OCHRONIE KONKURENCJI I KONSUMENTÓW

Obecnie trwają prace nad dwiema ustawami dotyczącymi ochrony konkurencji i konsumentów, które mogą mieć istotne znaczenie z punktu widzenia Allegro. Pierwszym z nich jest wdrożenie rozporządzenia o współpracy w dziedzinie ochrony konsumentów, które przyzna Prezesowi UOKiK dodatkowe uprawnienia w zakresie naruszeń prawa ochrony konsumentów (zwłaszcza w Internecie). Drugim jest mocno opóźniona implementacja dyrektywy ECN+, która m.in. wprowadzi kadencyjność Prezesa UOKiK (należy zauważyć, że do tej pory Prezes UOKiK był powoływany i odwoływany przez Premiera według jego uznania).

- Nowe uprawnienia Prezesa UOKiK (i) do nakładania kar pieniężnych za naruszenie przepisów antymonopolowych nie tylko na bezpośredniego sprawcę naruszenia, ale także na kontrolującą go spółkę dominującą i osoby nią zarządzające oraz (ii) do nakładania środków zaradczych o charakterze strukturalnym.
- Kara za naruszenie prawa antymonopolowego może być obliczana z uwzględnieniem obrotów całej grupy kapitałowej, do której należy podmiot dopuszczający się naruszenia;
- Kara za naruszenie przepisów antymonopolowych nałożona na związek przedsiębiorstw może być obliczona z uwzględnieniem obrotów wszystkich jego członków, którzy w niektórych przypadkach ponoszą solidarną odpowiedzialność za jej uiszczenie.
- Ograniczenie zakresu tajemnicy adwokackiej/ radcy prawnego.
- Zawieszenie biegu terminu przedawnienia przez wszelkie działania dochodzeniowe UOKiK związane z daną sprawą.

USŁUGI POCZTOWE

W ramach rozwoju działalności usługowej Grupy w dniu 16 kwietnia 2020 r. spółka Allegro została wpisana do rejestru prowadzonego przez UKE jako operator pocztowy.

Świadczenie usług pocztowych jest regulowane przez:

- Dyrektywę 97/67/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 15 grudnia 1997 r. w sprawie wspólnych zasad rozwoju rynku wewnętrznego usług pocztowych Wspólnoty oraz poprawy jakości usług, która została wdrożona w Polsce na mocy ustawy Prawo pocztowe z dnia 23 listopada 2012 r.; oraz
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2018/644 z dnia 18 kwietnia 2018 r. w sprawie transgranicznych usług doręczania paczek.

W ramach pełnienia funkcji operatora pocztowego Grupa będzie podlegać różnym bieżącym obowiązkom regulacyjnym i sprawozdawczym oraz będzie znajdować się pod stałym nadzorem ze strony Prezesa UKE. Na Grupie mogą również spoczywać pewne szczególne obowiązki związane z bezpieczeństwem państwa, obronnością kraju oraz porządkiem i bezpieczeństwem publicznym (w tym zapobieganiem przestępczości), w związku z czym będzie ona musiała współpracować w tym zakresie z różnymi polskimi organami bezpieczeństwa państwa.

Ilekoć polski publiczny operator pocztowy (Poczta Polska) ponosi straty z tytułu świadczenia powszechnych usług pocztowych, może on wystąpić do Prezesa UKE z wnioskiem o nakazanie zrekompensowania tych strat przez pozostałych operatorów pocztowych, których przychody z tytułu świadczenia powszechnych usług pocztowych lub usług równorzędnych (z wyłączeniem usług kurierskich) w danym roku obrotowym przekroczyły 1,0 mln PLN. Operatorzy ci będą wówczas uczestniczyli w takich stratach proporcjonalnie, zgodnie z wzorem określonym w Prawie pocztowym, przy czym udział każdego operatora nie może przekroczyć 2% kwoty, o którą jego przychody z takich usług przekraczają kwotę 1,0 mln PLN.

W przypadku stwierdzenia naruszenia przez Grupę poszczególnych obowiązków regulacyjnych Grupa może być narażona na karę pieniężną w wysokości do 2% tej części obrotu Allegro, która została wygenerowana z działalności pocztowej [lub 500 000 EUR (2,3 mln PLN)], jeżeli naruszenie obowiązku przez Grupę nastąpi w ciągu pierwszych dwunastu miesięcy świadczenia usług pocztowych].

Ponadto naruszenie niektórych obowiązków sprawozdawczych wynikających z Rozporządzenia (UE) 2018/644 może skutkować nałożeniem kar pieniężnych w wysokości do 2% łącznego obrotu Allegro.

W kontekście usług pocztowych warto wspomnieć, że w grudniu 2021 roku Komisja Europejska opublikowała projekt dyrektywy w sprawie poprawy warunków pracy za pośrednictwem platform internetowych^[1]. Obejmuje on środki mające na celu prawidłowe określenie statusu zatrudnienia osób pracujących za pośrednictwem cyfrowych platform pracy oraz wprowadza nowe prawa zarówno dla pracowników, jak i osób samozatrudnionych w zakresie zarządzania algorytmicznego. Dyrektywa ma na celu poprawę warunków pracy za pośrednictwem platform internetowych oraz wspieranie zrównoważonego rozwoju cyfrowych platform pracy w UE. Chociaż nie dotyczy ona usług pocztowych/kurierskich, może mieć wpływ na stosunki umowne między platformami a operatorami świadczącymi usługi pocztowe/kurierskie.

WPROWADZANIE DO OBROTU I UŻYWANIE PREKURSORÓW MATERIAŁÓW WYBUCHOWYCH

Zgodnie z nowym rozporządzeniem (UE) 2019/1148 z dnia 20 czerwca 2019 r. w sprawie wprowadzania do obrotu i stosowania prekursorów materiałów wybuchowych, zmieniającym rozporządzenie (WE) nr 1907/2006 i uchylającym rozporządzenie (UE) nr 98/2013, które weszło w życie w lutym 2021 roku, internetowe platformy handlowe, takie jak Grupa, będą musiały:

- zapewnić użytkownikom sprzedającym prekursorsy materiałów wybuchowych podlegające przepisom prawa dostęp do informacji o ich obowiązkach (art. 7 ust. 3);
- podejmować środki mające na celu pomoc użytkownikom w wypełnianiu obowiązków związanych z weryfikacją (art. 8 ust. 4);
- wdrożyć środki mające na celu wykrywanie podejrzanych transakcji i zgłaszanie prób takich transakcji w ciągu 24 godzin (art. 9 ust. 2 i 4).

Grupa wprowadziła procesy i niezbędne zmiany w warunkach współpracy w celu zapewnienia zgodności z tym rozporządzeniem i polskimi przepisami wykonawczymi.

USŁUGI PŁATNICZE I WYMOGI W ZAKRESIE PRZECIWDZIAŁANIA PRANIU PIENIĘDZY

Podobnie jak w przypadku wielu innych firm działających w sektorze e-commerce, działalność Grupy jest w dużym stopniu uzależniona od świadczenia usług płatniczych. O ile w przeszłości usługi płatnicze były świadczone przez zewnętrznych dostawców usług płatniczych, o tyle w drugiej połowie 2020 roku Grupa uruchomiła własne usługi płatnicze, w związku z czym obowiązujące przepisy dotyczące usług płatniczych mają bezpośrednie zastosowanie w odniesieniu do Grupy. Spółka Allegro Finance sp. z o.o. jest zarejestrowana jako „mała instytucja płatnicza” („MIP”) i w dniu 30 grudnia 2021 r. złożyła do Komisji Nadzoru Finansowego („KNF”) wniosek o nadanie statusu „krajowej instytucji płatniczej” („KIP”). Złożenie wniosku wynika z faktu przekroczenia przez Allegro Finance w listopadzie miesięcznego limitu wartości transakcji w wysokości 1,5 mln EUR przewidzianego dla MIP. Opis licencji MIP i KIP znajduje się poniżej.

Usługi płatnicze w Polsce są regulowane i co do zasady spółki podejmujące taką działalność muszą uzyskać zezwolenie KNF, w którym KNF wskazuje usługi płatnicze, do świadczenia których uprawniona jest dana instytucja płatnicza.

Na poziomie krajowym usługi płatnicze regulowane są przede wszystkim przez Ustawę z dnia 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych (Dz. U. z 2020 r. poz. 794, z późn. zm.) („UUP”). UUP zawiera przepisy, które wdrażają do prawa krajowego postanowienia Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/2366 z dnia 25 listopada 2015 r. w sprawie usług płatniczych w ramach rynku wewnętrznego, zmieniającej dyrektywę 2002/65/WE, 2009/110/WE, 2013/36/UE i rozporządzenie (UE) nr 1093/2010 oraz uchylającej dyrektywę 2007/64/WE (PSD2).

Usługi płatnicze oraz emisja pieniądza elektronicznego podlegają nadzorowi KNF w zakresie i na warunkach określonych w ustawie z dnia 21 lipca 2006 r. o nadzorze nad rynkiem finansowym (Dz. U. z 2020 r., poz. 2059, z późn. zm.). Jednocześnie Prezes NBP sprawuje nadzór nad systemami płatności w rozumieniu art. 1 ust. 1 ustawy z dnia 24 sierpnia 2001 r. o ostateczności rozrachunku w systemach płatności i systemach rozrachunku papierów wartościowych oraz zasadach nadzoru nad tymi systemami (Dz. U. z 2019 r. poz. 212, z późn. zm.), schematami płatniczymi w rozumieniu UUP, a także uczestniczy w nadzorze KNF nad: (i) krajowymi instytucjami płatniczymi, które świadczą usługę acquiringu; (ii) podmiotami, które prowadzą systemy rozrachunku papierów wartościowych; oraz (iii) podmiotami, które prowadzą systemy rozliczeń papierów wartościowych.

Zgodnie z UUP świadczenie usług płatniczych jest działalnością, która wymaga uzyskania licencji (chyba że zastosowanie ma jedno z wyłączeń przewidzianych w UUP). Dostawcami usług płatniczych mogą zostać wyłącznie podmioty wymienione w art. 4 ust. 2 UUP, przy spełnieniu szczególnych warunków określonych w UUP. Usługi płatnicze mogą być świadczone przez instytucję płatniczą. Określenie „instytucja płatnicza” obejmuje polskie KIP oraz instytucje, które posiadają licencję na świadczenie usług płatniczych wydaną w innych państwach członkowskich UE („unijne instytucje płatnicze”). Aby rozpocząć świadczenie usług płatniczych w Polsce jako KIP, wymagane jest uzyskanie zezwolenia KNF. W przypadku usług acquiringu przed udzieleniem stosownego zezwolenia konieczne jest uzyskanie opinii Prezesa Narodowego Banku Polskiego (opinia wydawana jest na wniosek KNF). Zezwolenie (oraz opinię) można uzyskać na podstawie wniosku złożonego do KNF przez osobę prawną z siedzibą w Polsce, która zamierza świadczyć usługi płatnicze w Polsce. Zezwolenie określa zakres usług płatniczych, które mogą

[1] Wniosek dotyczący Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie poprawy warunków pracy za pośrednictwem platform internetowych; COM(2021) 762 wersja ostateczna

być świadczone przez KIP. KNF może w każdym czasie cofnąć zezwolenie w przypadku zaistnienia okoliczności opisanych w UUP (przy czym KNF dysponuje również innymi środkami nadzorczymi, w tym uprawnieniami do: żądania odwołania lub zawieszenia osoby zarządzającej odpowiedzialnej za nieprawidłowości, ograniczenia zakresu działalności KIP, nałożenia kary pieniężnej na osobę zarządzającą lub na samą KIP). Zezwolenie wygasa w przypadku, gdy KIP nie rozpoczęła działalności w zakresie usług płatniczych w ciągu dwunastu miesięcy od dnia udzielenia zezwolenia, jak również w przypadku, gdy KIP nie świadczy usług płatniczych przez okres co najmniej sześciu kolejnych miesięcy. Fakt wygaśnięcia musi być wyraźnie wskazany w decyzji KNF.

Podmiot, który zamierza świadczyć usługi płatnicze w Polsce, musi spełnić określone wymogi określone w UUP. Jeżeli KIP chce świadczyć większość usług płatniczych (wymienionych w art. 3 ust. 1-5 UUP), musi posiadać kapitał zakładowy w wysokości co najmniej 125 000 EUR lub równowartości tej kwoty w złotych. Wkłady na pokrycie kapitału zakładowego nie mogą pochodzić z kredytu lub pożyczki ani nie mogą być w żaden sposób obciążone lub pochodzić z nielegalnych lub nieujawnionych źródeł. KIP musi również posiadać wymaganą kwotę funduszy własnych (minimalny wymóg dla funduszy własnych określony w UUP). W zależności od zakresu świadczonych usług KIP ma obowiązek posiadania odpowiednich instrumentów służących zabezpieczeniu roszczeń wynikających z działalności prowadzonej przez KIP (np. gwarancja bankowa, ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej, gwarancja ubezpieczeniowa).

KIP jest nadzorowana przez KNF, w związku z czym spoczywają na niej obowiązki sprawozdawcze i inne obowiązki wynikające z przepisów UUP. KPI jest zobowiązana m.in. do przekazywania KNF zbadanego rocznego sprawozdania finansowego (a jeżeli podlega konsolidacji – również skonsolidowanego rocznego sprawozdania finansowego) oraz śródrocznych sprawozdań finansowych w terminie określonym w UUP.

Transakcje bezpośredniego lub pośredniego zbycia udziałów lub akcji w KIP podlegają ograniczeniom określonym w UUP. KNF musi zostać powiadomiona o zamiarze nabycia lub objęcia, bezpośrednio lub pośrednio, udziałów lub akcji w KIP w liczbie wystarczającej do osiągnięcia lub przekroczenia odpowiednio 20%, 30% lub 50% udziału w ogólnej liczbie głosów w organie stanowiącym lub udziału w kapitale zakładowym, lub jeżeli

w wyniku nabycia KIP stałaby się jednostką zależną lub współzależną od tego podmiotu. Podobny obowiązek spoczywa na potencjalnym sprzedawcy, w przypadku gdy zamierza on zbyć, bezpośrednio lub pośrednio, znaczny pakiet udziałów lub akcji w KIP.

W przypadku MIP będącej dostawcą usługi dostępu do informacji o rachunku (świadczącej wyłącznie usługę dostępu do informacji o rachunku, „AISP”) oraz biurem usług płatniczych licencja KNF nie jest wymagana, jednak, z wyjątkiem AISP, podmioty te mogą wykonywać swoją działalność wyłącznie na terytorium Polski i po uzyskaniu wpisu do rejestru prowadzonego przez KNF. Działalność MIP, AISP oraz biur usług płatniczych jest „działalnością regulowaną” w rozumieniu ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (tekst jednolity: Dz.U. z 2021 r. poz. 162 z późn. zm.), co zasadniczo oznacza, że podjęcie tej działalności może nastąpić wyłącznie po uzyskaniu wpisu do rejestru i złożeniu oświadczenia o spełnianiu wymogów dla takiej działalności określonych we właściwym akcie prawnym (w tym przypadku UUP).

W przypadku MIP obowiązują pewne ograniczenia co do maksymalnej kwoty środków na użytkownika oraz rodzajów usług płatniczych, które MIP może świadczyć, a ponadto średnia łączna kwota transakcji płatniczych za poprzednie dwanaście miesięcy dokonanych przez MIP, w tym za pośrednictwem agentów, nie może przekroczyć kwoty stanowiącej równowartość 1,5 mln EUR miesięcznie. MIP jest nadzorowana przez KNF, w związku z czym mogą spoczywać na niej obowiązki sprawozdawcze i inne wynikające z przepisów UUP.

KIP, MIP, biura usług płatniczych oraz oddziały unijnych instytucji płatniczych są m.in. podmiotami uznawanymi za „podmioty zobowiązane” (instytucje) w rozumieniu ustawy z dnia 1 marca 2018 r. o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu (tekst jednolity – Dz. U. z 2020 r. poz. 971, z późn. zm.) i w związku z tym mają do nich bezpośrednio zastosowanie obowiązki związane z przeciwdziałaniem praniu pieniędzy/ finansowaniu terroryzmu (np. obowiązek stosowania środków bezpieczeństwa finansowego, w tym należytej staranności wobec klienta; wyznaczenie kadry kierowniczej wyższego szczebla odpowiedzialnej za realizację obowiązków określonych w ustawie; wyznaczenie pracownika odpowiedzialnego za zapewnienie zgodności z przepisami o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy).

Warto również wspomnieć, że KNF może wydawać rekomendacje dotyczące dobrych praktyk w zakresie ostrożnego i stabilnego zarządzania KIP w celu ochrony interesów użytkowników lub posiadaczy pieniędzy elektronicznego.

Naruszenie różnych obowiązków wynikających z UUP może skutkować nałożeniem wysokich kar pieniężnych, w tym pociągnięciem do odpowiedzialności karnej.

W kontekście usług finansowych warto zwrócić uwagę, że 24 września 2020 roku Komisja Europejska opublikowała Akt w sprawie operacyjnej odporności cyfrowej (Digital Operational Resilience Act, DORA). Regulacja została przyjęta 28 listopada 2022 r. DORA wejdzie w życie 17 stycznia 2025 r. Celem regulacji jest zebranie w jednym miejscu wymogów dotyczących zarządzania ryzykiem związanym z ICT w sektorze usług finansowych oraz wytycznych wydanych oddzielnie przez Europejski Urząd Nadzoru Bankowego (EBA), Europejski Urząd Nadzoru Ubezpieczeń i Pracowniczych Programów Emerytalnych (EIOPA) oraz Europejski Urząd Nadzoru Giełd i Papierów Wartościowych (ESMA). Allegro, jako instytucja płatnicza podlegająca regulacjom dyrektywy PSD2, spełnia wymogi dyrektywy PSD2 oraz wytycznych EUNB w zakresie ryzyka operacyjnego i sprawozdawczości dotyczącej poważnych incydentów. Już obecnie ramy te są dość solidne i obejmują wiele wymogów określonych w DORA^[1]. Ponadto mogą zostać wprowadzone pewne obowiązki związane z cyberbezpieczeństwem.

USŁUGI OUTSOURCINGU

W celu ułatwienia współpracy pomiędzy bankami i dostawcami usług płatniczych a użytkownikami platformy e-commerce Grupa świadczy określone usługi na rzecz banków i dostawców usług płatniczych, co stanowi outsourcing kwalifikowany regulowany odpowiednio przepisami ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. Prawo bankowe (tekst jednolity: Dz. U. z 2019 r., poz. 1357, z późn. zm.) oraz UUP.

Działalność Grupy w tym zakresie może podlegać nadzorowi ze strony KNF.

OPAKOWANIA I ODPADY OPAKOWANIOWE

W związku z działalnością Grupy, w szczególności działalnością w zakresie sprzedaży detalicznej, Grupa podlega różnym obowiązkom w zakresie sprawozdawczości, recyklingu i innym obowiązkom wynikającym z polskiej ustawy z dnia 14 grudnia 2012 r. o odpadach (tekst jednolity: Dz. U. z 2020 r., poz. 797, z późn. zm.) oraz polskiej ustawy z dnia 13 czerwca 2013 r. o gospodarce opakowaniami i odpadami opakowaniowymi (tekst jednolity: Dz. U. z 2020 r., poz. 1114, z późn. zm.). Akty te wdrażają m.in. przepisy dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 94/62/WE z dnia 20 grudnia 1994 r. w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych oraz dyrektywy 2008/98/WE z dnia 19 listopada 2008 r. w sprawie odpadów, a także późniejsze zmiany do tych dyrektyw. Trwająca obecnie transpozycja powyższych dyrektyw do prawa krajowego w Polsce może spowodować rozszerzenie obowiązków ustawowych grupy Allegro, w postaci zwiększonych obciążeń sprawozdawczych i finansowych.

30 listopada 2022 roku Komisja Europejska opublikowała propozycję nowego rozporządzenia w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych (PPWR), które znacząco zmieni Dyrektywę w sprawie jednorazowych produktów z tworzyw sztucznych^[2] i uchyli obecną dyrektywę w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych (Dyrektywa 94/62/WE). Proponowane rozporządzenie przewiduje ujednolicenie w państwach członkowskich UE niektórych przepisów, m.in. dotyczących rozszerzonej odpowiedzialności producenta (EPR), ograniczenia do minimum ilości opakowań, ponownego wykorzystania, recyklingu i oznakowania. Projekt przewiduje bezpośrednie zobowiązanie platform internetowych do weryfikacji zobowiązań sprzedawców w zakresie EPR (w szczególności platformy powinny uzyskać od producentów opakowań – wytwórców, importerów lub dystrybutorów – informacje o przestrzeganiu przez nich zasad rozszerzonej odpowiedzialności producenta, a zasady dotyczące identyfikowalności sprzedawców opakowań w Internecie będą podlegać przepisom dotyczącym egzekwowania określonym w rozporządzeniu (UE) 2022/2065 (DSA). W ogólnym ujęciu proponowane przepisy będą

[1] Wniosek dotyczący rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie operacyjnej odporności cyfrowej sektora finansowego i zmieniające rozporządzenia (WE) nr 1060/2009, (UE) nr 648/2012, (UE) nr 600/2014 oraz (UE) nr 909/2014

[2] Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/904 z dnia 5 czerwca 2019 r. w sprawie zmniejszenia wpływu niektórych produktów z tworzyw sztucznych na środowisko.

miały wpływ na Grupę w związku z jej działalnością w modelu 3P (internetowa platforma handlowa), 1P i logistyczną, a także na sprzedawców. Jednocześnie niektóre z proponowanych zobowiązań są zgodne z podejściem Allegro, zwłaszcza w zakresie promowania przez One Fulfillment by Allegro zrównoważonych rozwiązań w zakresie opakowań. Ponadto spodziewana harmonizacja zasad rejestrowania w bazach danych opakowań każdego państwa członkowskiego może przynieść pewne korzyści sprzedawcom, zwłaszcza tym, którzy prowadzą sprzedaż transgraniczną (pomimo wymaganej biurokracji). Niemniej jednak istnieją pewne ryzyka związane z przepisami przeniesionymi do aktów wykonawczych i ich odpowiednim wdrażaniem na przestrzeni czasu, a także z arbitralnymi zakazami stosowania niektórych materiałów lub formatów opakowań.

W 2022 r., w ramach Europejskiego Zielonego Ładu, Komisja Europejska opublikowała również kilka innych projektów związanych ze zrównoważonym rozwojem, zapewnieniem przejrzystości informacji dla konsumentów, np. poprzez ulepszenie oznakowania, w tym propozycję rozporządzenia w sprawie ekoprojektu dla produktów zrównoważonych (ESPR), projekt dyrektywy w sprawie wzmocnienia pozycji konsumentów w zakresie transformacji ekologicznej oraz przegląd rozporządzenia w sprawie klasyfikacji, oznakowania i pakowania substancji i mieszanin (CLP).

TYMCZASOWE PRZEPISY O KONTROLI BIZ

Informacje ogólne

Poniższe zmiany do polskiej ustawy z dnia 24 lipca 2015 r. o kontroli niektórych inwestycji weszły w życie z dniem 24 lipca 2020 r. i będą obowiązywać przez 2 lata, jednak w 2022 r. zostały przedłużone na kolejne 3 lata, tj. do lipca 2025 r.

Zmienione tymczasowe zasady kontroli inwestycji zagranicznych („Zasady kontroli BIZ”) zostały wprowadzone w związku z potencjalnym negatywnym wpływem pandemii COVID-19 na wycenę polskich przedsiębiorstw. Każda transakcja wchodząca w zakres Zasad kontroli BIZ będzie podlegała obowiązkowi zgłoszenia do Prezesa UOKiK, który ma prawo wyrazić sprzeciw wobec planowanej transakcji.

Zasady kontroli BIZ będą miały zastosowanie do wszystkich spółek notowanych na GPW, które mają siedzibę na terytorium Polski i których przychody ze sprzedaży towarów lub usług w Polsce w dowolnych dwóch latach obrotowych poprzedzających zgłoszenie wyniosły co najmniej 10,0 mln EUR (46,1 mln PLN). Z uwagi na fakt, że Spółka jest zarejestrowana w Luksemburgu, szereg ograniczeń wynikających z Zasad kontroli BIZ nie będzie mieć zastosowania w odniesieniu do obrotu akcjami Spółki.

Jednakże Zasady kontroli BIZ mogą mieć zastosowanie do niektórych polskich spółek operacyjnych Grupy ze względu na ich działalność związaną z oprogramowaniem. W takim przypadku pośrednie uzyskanie pozycji dominującej nad takimi polskimi spółkami operacyjnymi (w tym poprzez uzyskanie pozycji dominującej nad Grupą) przez Inwestora Zagranicznego (zdefiniowanego poniżej) będzie transakcją podlegającą zgłoszeniu zgodnie z Zasadami kontroli BIZ.

Inwestor zagraniczny

Zgodnie z Zasadami kontroli BIZ „Inwestorem zagranicznym” będzie:

- w przypadku osób fizycznych – osoba, która nie jest obywatelem państwa członkowskiego UE/ EOG/ OECD; oraz
- w przypadku innych podmiotów – podmiot, który nie ma siedziby w państwie członkowskim UE/ EOG/ OECD lub nie miał siedziby w państwie członkowskim UE/EOG/OECD przez co najmniej dwa lata.

W przypadku inwestycji pośrednich (np. poprzez spółki zależne lub spółki celowe) podmiot znajdujący się (lub osoba znajdująca się) na szczycie struktury grupy Inwestorów Zagranicznych jest rozpatrywany/ – a zgodnie z powyższymi kryteriami. Podobnie w przypadku inwestycji dokonywanych przez podmioty zarządzające portfelem lub innych agentów pod uwagę brany jest zleceniodawca.

Zgłoszenie

Zgłoszenia należy dokonać przed zawarciem umowy przedwstępnej zobowiązującej inwestora do dokonania nabycia lub, w przypadku nabycia spółki notowanej na GPW w drodze publicznego wezwania na akcje, przed ogłoszeniem wezwania.

Po dokonaniu zgłoszenia Inwestor Zagraniczny może podpisać umowę przedwstępną lub ogłosić wezwanie, co będzie uzależnione od uzyskania zgody Prezesa UOKiK.

Terminy

Po otrzymaniu zgłoszenia Prezes UOKiK ma 30 dni roboczych na (i) wyrażenie zgody na transakcję lub (ii) wszczęcie postępowania kontrolnego. Postępowanie kontrolne może trwać do 120 dni kalendarzowych (przy czym upływ tego terminu zostaje wstrzymany w każdym przypadku, gdy UOKiK zwróci się o dodatkowe informacje, więc w praktyce rzeczywisty termin może być znacznie dłuższy).

Uzasadnienia dla braku zgody

Prezes UOKiK może nie wyrazić zgody na transakcję, jeżeli:

- inwestor nie wypełni zgłoszenia w całości lub nie dostarczy dodatkowych informacji/dokumentów/wyjaśnień, o które zwrócił się Prezes UOKiK; lub
- transakcja prowadzi do co najmniej potencjalnego zagrożenia dla porządku, bezpieczeństwa lub zdrowia publicznego;
- niemożliwym jest ustalenie, czy inwestor ma siedzibę w państwie członkowskim UE/EOG/ OECD (lub obywatelstwo takiego państwa); lub
- transakcja mogłaby mieć negatywny wpływ na projekty lub programy leżące w interesie UE.

Konsekwencje braku zgodności z przepisami

Każda transakcja przeprowadzona z naruszeniem Zasad kontroli BIZ (bez zgłoszenia lub bez zgody) będzie nieważna, a inwestor nie będzie mógł wykonywać swoich praw (w tym prawa głosu) z nabytych udziałów lub akcji. W przypadku przejęcia kontroli nad spółką dominującą polskiego podmiotu chronionego zastosowanie będzie miała tylko ostatnia sankcja.

Inwestycja dokonana bez uzyskania zgody jest przestępstwem podlegającym karze pozbawienia wolności od 6 miesięcy do lat 5 oraz grzywnie do 50 mln PLN.

Ponadto każdy, kto zarządza spółką zależną lub wykonuje prawo głosu w imieniu Inwestora zagranicznego, który nie powiadomi Prezesa UOKiK o inwestycji zagranicznej określonego rodzaju (np. o połączeniu transgranicznym poza granicami Polski) podlega grzywnie do 5 mln PLN, karze pozbawienia wolności od 6 miesięcy do lat 5 albo obu tym karom łącznie.

3.

Nasze podejście do kwestii środowiskowych, społecznych i zarządczych

1.1. Zarządzanie ESG

1.1.1. KLUCZOWE WYNIKI I REZULTATY ESG

ŚWIETNE MIEJSCE PRACY

- 7 840 osób zatrudnionych w Grupie Allegro.eu
- 82% zatrudnionych stwierdziło, że poleciliby Allegro jako świetne miejsce pracy
- 1 159 pracownic i pracowników zaangażowanych w wolontariat pracowniczy
- Równość wynagrodzeń: różnica w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn wynosi poniżej 5% (wynagrodzenie kobiet w stosunku do wynagrodzenia mężczyzn (mężczyźni=100%) wynosi 95,12%)
- 85% zatrudnionych postrzega Allegro jako miejsce pracy, w którym każdy jest szanowany bez względu na płeć, wiek czy inny wymiar różnorodności
- prawie 14,4 tys. działań rozwojowych (m.in. warsztaty wewnętrzne i zewnętrzne, webinaria, e-learning, konferencje, sesje coachingowe itp.) i 92% osób zatrudnionych, którzy wzięli udział w przynajmniej jednym szkoleniu

NAJLEPSZE DOŚWIADCZENIE ZAKUPOWE

- 80,8 rNPS w badaniu satysfakcji klientów
- 14,1 mln Aktywnych Kupujących na Allegro
- 90% klientów, którzy uważają, że zakupy na Allegro są bezpieczniejsze lub równie bezpieczne jak na innych platformach
- ponad 133 tys. profesjonalnych sprzedawców na Allegro
- prawie 480 tys. unikalnych użytkowników (sprzedających), którzy odwiedzili platformę e-learningową Akademia Allegro
- blisko 96% automatów paczkowych One Box w pełni dostępnych zgodnie z naszymi standardami dostępności
- 30% wzrost liczby aktywnych ofert na Allegro Lokalnie r/r

ZARZĄDZANIE WPŁYWEM NA ŚRODOWISKO

- 10,4% mniejsze emisje w całym łańcuchu wartości (Zakres 1, 2 i 3)
- 28% mniejsza intensywność rok do roku emisji w całym łańcuchu wartości (Zakres 1, 2 i 3) w stosunku do przychodów (metoda market-based)
- 23% energii pochodzącej ze źródeł odnawialnych, dzięki gwarancjom pochodzenia
- 12,2% spadek rok do roku emisji gazów cieplarnianych w Zakresie 3
- 3,7 mln zrównoważonych opakowań wprowadzonych na rynek przez Allegro
- 98% odpadów z magazynów Allegro zostało poddanych recyklingowi

WSPARCIE DLA SPOŁECZEŃSTWA

- 56 mln zł przekazanych przez klientów Allegro na cele charytatywne w ramach Allegro Charytatywni
- 338 organizacji pozarządowych na Allegro Charytatywni
- ponad 750 tys. ofert charytatywnych i 541 wspartych celów charytatywnych
- 11,7 mln zł łączna wartość pomocy na rzecz uchodźców i uchodźczyń z Ukrainy

1.1.2. ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ I STRATEGIA ESG

Kwestie związane ze środowiskiem, społeczeństwem i ładem korporacyjnym (ESG) są częścią codziennej działalności biznesowej Allegro oraz długoterminowych planów strategicznych. Z tego względu w 2020 roku opracowana została strategia ESG i zrównoważonego rozwoju Allegro na lata 2020-2023. Określa ona długoterminowe priorytety Allegro w tym zakresie.

ESG jest kluczowym elementem przy podejmowaniu decyzji biznesowych. Uważamy, że czynniki ESG są równie ważne jak pozostałe wskaźniki biznesowe. Nasza strategia ESG jest realizowana poprzez współpracę we wszystkich obszarach, w tym technologii, commerce, DEX (dostaw) oraz CX (obsługi klienta), HR / People & Culture, compliance i ryzyka, relacji inwestorskich, procurementu, marketingu, zespołów PR, CSR i ESG. Zarządzamy ESG kompleksowo, angażując członków i członkinie Executive Team i Zarządu oraz wszystkich ważnych interesariuszy: klientów (osób kupujących i sprzedających), wszystkich zatrudnionych oraz społeczeństwo, a także inwestorów, agencje ratingowe ESG, partnerów biznesowych i regulatorów.

Poprzez wyznaczanie ambitnych celów, m.in. klimatycznych, firma staje się liderem rynku Europy Środkowej i Wschodniej. Nieustannie pracujemy nad różnorodnością i integracją, mając na uwadze różne grupy klientów: identyfikujących się jako kobiety lub mężczyźni, seniorów, młode pokolenie, osoby z niepełnosprawnościami itp.

Wyznaczyliśmy długoterminowe cele w obszarze klimatu i zarządzania:

- Cele klimatyczne [zatwierdzone przez Science Based Targets initiative]: 38% redukcja emisji gazów cieplarnianych (zakres 1 i 2) do 2030 r., zgodnie ze ścieżką 1,5°C Porozumienia Paryskiego (w stosunku do roku bazowego 2021). Zaangażowanie co najmniej 73% największych dostawców, aby do 2027 roku wyznaczyli własne naukowo uzasadnione (science-based) cele ograniczenia emisji w zakresie 1 i 2;
- Cele zarządcze: zapewnienie, że niezależni członkowie będą stanowić co najmniej większość (ponad 50%) składu Zarządu do 1 września 2026.

Pracujemy nad zbiorem zasad dla menedżerów i menedżerek produktów, których powinni przestrzegać przy tworzeniu produktów mających wpływ na ESG.

Chcemy popularyzować najlepsze praktyki zrównoważonego użytkownika opakowań i organizacji logistyki, dając zarówno osobom sprzedającym, jak i kupującym i narzędzia do cyrkularnego wykorzystania zasobów w całym naszym łańcuchu wartości. Zamierzamy zachęcić większą liczbę sprzedawców do stosowania opakowań wyprodukowanych w sposób zrównoważony. Edukujemy nasze grupy sprzedających i klientów na platformie e-learningowej Akademia Allegro.

Strategia ESG została przyjęta przez Zarząd. Jej realizacja jest cały czas monitorowana, przedstawiana Zarządowi i opisywana w corocznym raporcie ESG.

Rada Dyrektorów omówiła tematykę ESG przy okazji zatwierdzenia różnych polityk (np. klimatycznej, dotyczącej praw człowieka i przeciwdziałania dyskryminacji) oraz swojego podejścia do ESG podczas spotkań w marcu, czerwcu, wrześniu i listopadzie 2022 r.

Komitet Wynagrodzeń i Nominacji Rady Dyrektorów regularnie dokonuje przeglądu wskaźników i inicjatyw dotyczących różnorodności, równości i integracji (DE&I), a także uwzględnia cele DE&I w benchmarkingu i kształtowaniu polityki wynagrodzeń Grupy.

Cele zrównoważonego rozwoju ONZ realizowane w ramach Strategii ESG i zrównoważonego rozwoju Allegro na lata 2020-2023.

CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU REALIZOWANE PRZEZ ALLEGRO



STRATEGIA ESG ALLEGRO:

WPLYW NA ŚRODOWISKO	WPLYW NA SPOŁECZEŃSTWO	DOBRE ZARZĄDZANIE
#1 platforma pierwszego wyboru do zrównoważonych zakupów internetowych	#4 najlepsze miejsce, w którym różnorodni pracownicy i pracowniczki mogą się rozwijać	#8 silne i kompleksowe zarządzanie ESG
#2 możliwość zrównoważonego rozwoju dla sprzedawców (MŚP)	#5 dostępna, niezawodna, godna zaufania i bezpieczna platforma	#9 bycie postrzeganym jako etyczna firma
#3 lider rynku pod względem zrównoważonego rozwoju z celami klimatycznymi w całym łańcuchu wartości	#6 odpowiedzialność za łańcuch dostaw*	#10 lider w zakresie przejrzystości i raportowania
	#7 odpowiedzialność obywatelska z realnym wpływem na edukację techniczną i wsparcie dla organizacji pozarządowych	

[1] sieć firm (dostawców) zajmujących się produkcją i dostarczaniem usług dla Grupy

KRÓTKOTERMINOWE CELE ESG I STOPIEŃ ICH REALIZACJI

W ramach przeglądu strategii wybraliśmy najważniejsze cele ESG, które przedstawiamy poniżej.

WPLYW NA ŚRODOWISKO

#1 platforma pierwszego wyboru do zrównoważonych zakupów internetowych

#2 możliwości zrównoważonego rozwoju dla sprzedawców (MŚP)

- Rozwijanie zrównoważonej bazy produktów (Allegro Naturalnie)
- Rozwijanie zrównoważonych opakowań w 1P i w Fulfillment Center

#3 lider rynku pod względem zrównoważonego rozwoju z celami klimatycznymi w całym łańcuchu wartości

- Wdrożenie systemu zarządzania środowiskowego (ISO 14001) dla Działalności w Polsce
- Monitorowanie emisji gazów cieplarnianych i kontynuacja wdrażania strategii dekarbonizacyjnej

WPLYW NA SPOŁECZEŃSTWO

#4 najlepsze miejsce pracy, w którym różnorodni ludzie mogą się rozwijać

- Poprawa w zakresie Różnorodności i równego traktowania, 4 priorytety w tym zakresie są związane z równością płci (równe płace i możliwości rozwoju kariery), narodowością (komunikacja w języku angielskim, dostęp do ujednoczonych procesów i mechanizmów), reprezentacja różnych grup wiekowych wśród osób zatrudnionych i klientów oraz neuroróżnorodność (etap pilotażowy)

#5 dostępna, niezawodna, godna zaufania i bezpieczna platforma

- Tworzenie kolejnych usług i platform zwiększających dostępność dla wszystkich klientów, w tym obsługa klienta dostosowana do potrzeb poszczególnych grup mniejszościowych

#6 odpowiedzialność za łańcuch dostaw

- Włączenie wskaźników ESG do oceny dostawców Grupy w łańcuchu dostaw

#7 odpowiedzialność obywatelska z realnym wpływem na edukację techniczną i wsparcie dla organizacji pozarządowych

- Rozwijanie Allegro Foundation
- Udoskonalanie wolontariatu pracowniczego
- Kontynuacja działań charytatywnych i programów edukacyjnych (w tym Allegro Charytatywni)

DOBRE ZARZĄDZANIE / ŁAD KORPORACYJNY

#8 silne i kompleksowe zarządzanie ESG

#9 bycie postrzeganym jako etyczna firma

- Procesy integracji i rozwoju ESG w Segmencie Mall
- Odświeżenie strategii ESG Grupy

#10 lider w zakresie przejrzystości i raportowania

- Przygotowanie do wprowadzenia nowych przepisów unijnych – CSRD (Dyrektywa o sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju) i Taksonomii UE (raportowanie ESG)

1.1.3. WSKAŹNIKI KPI I DŁUGOTERMINOWE CELE ESG

Długoterminowe cele ESG	CELE	2022 – DZIAŁALNOŚĆ W POLSCE
	Zrównoważone podejście: dalsza redukcja emisji gazów cieplarnianych: Cele zgodne z SBTi (Działalność w Polsce):	
Środowisko	<p>Zakres 1+2: 38% redukcja emisji gazów cieplarnianych do 2030, zgodnie ze ścieżką 1,5°C Porozumienia Paryskiego</p> <p>Zakres 3: Zaangażowanie co najmniej 73% największych dostawców, aby do 2027 roku wyznaczyli własne naukowo uzasadnione cele ograniczenia emisji w zakresie 1 i 2.</p>	<p>▲ Zakres 1+2 (market-based) ^[1] ↑ 26% W 2022 r. ponad 23% energii elektrycznej zużytej przez firmę pochodziło z OZE, w porównaniu z 15% w 2021 (Działalność w Polsce).</p> <p>▼ W 2022 r. emisje w zakresie 1 i 2 (market-based) w stosunku do przychodów są o ↓4% niższe niż w ubiegłym roku.</p> <p>Emisje gazów cieplarnianych w zakresie 3 spadły o 12,2% w 2022 r/r</p> <p>Kategorie, w których emisje zmniejszyły się najbardziej, to zakupione towary i usługi oraz dobra inwestycyjne. Największy wzrost odnotowano w kategorii transport i dystrybucja downstream.</p> <p>Całkowita emisja (zakres 1, 2 i 3) (market-based) w stosunku do Przychodów (w mln zł) jest o ↓28% niższa niż w ubiegłym roku.</p>
	Pracodawca wybierany przez najlepszych	
Spółeczeństwo	Wskaźnik zaangażowania osób zatrudnionych na poziomie min. 75%	▼ 67% w Allegro (74% w 2021 r.) wynik w badaniu zaangażowania BAZA
	Niezależność Zarządu	
Ład korporacyjny	Celem jest zapewnienie, że niezależni członkowie będą stanowić co najmniej większość (ponad 50%) składu Zarządu do 1 września 2026.	↑ W 2022 r., Zarząd miał 9 członków, z których 3 zostało uznanych za niezależnych – 33%. 2 z 8 członków uznano za niezależnych w 2021 r. – 25%.

[1] W metodzie rynkowej zastosowano wskaźniki emisji dla dostawców energii.

WSKAŹNIKI KPI ESG NA 2023 R. (DZIAŁALNOŚĆ W POLSCE)

Wskaźniki KPI	Jednostka	2021	2022	2023 Target
Dostępność dla klientów Udział automatów paczkowych przystosowanych do potrzeb osób z niepełnosprawnościami	%	—	96%	97%
Zrównoważone opakowania Udział zrównoważonych opakowań w 1P i Fulfillment Center (ponownie użyte i pochodzące z recyklingu opakowania (z wyłączeniem Heavy and Bulky))	%	71%	75%	↗ wzrost
Zrównoważone wybory klientów Liczba produktów oznaczonych jako zrównoważone (Allegro Naturalnie)	stan na koniec roku	nd	12 500	↗ wzrost
Różnorodność i równe traktowanie Zmniejszanie luki płac Wskaźnik wynagrodzeń = średnie wynagrodzenie kobiet/ średnie wynagrodzenie mężczyzn (%) (Q) Średnia ważona dla wielkości grupy na każdym poziomie struktury organizacyjnej i w danym obszarze działalności	%	94,3%	95,1%	96%

PORÓWNANIE KPI ROK DO ROKU Z POPRZEDNIEGO RAPORTU ESG

Porównanie KPI rok do roku z poprzedniego raportu ESG	2022	2021	2020
wskaźnik rNPS w badaniu satysfakcji klienta [KPI 1]	80,8	78,9	76,1
profesjonalni sprzedawcy („B2C”) na Allegro [KPI 2]	ponad 133 tys,	ponad 133 tys,	128 tys,
aktywni kupujący na Allegro [KPI 3]	14 1 mln	13 5 mln	13 mln
unikalni użytkownicy, którzy odwiedzili platformę e-learningową Akademii Allegro [KPI 4]	471 4 tys, (sprzedawców)	1 mln (sprzedawców i kupujących)	962 tys, (sprzedawców i kupujących)
dośrodkii przekazane przez klientów Allegro w ramach Allegro Charytatywni [KPI 5]	56 mln zł	39 3 mln zł	19 4 mln zł
zrównoważone opakowania wprowadzone do obiegu przez Allegro [KPI 6]	3 7 mln	571 tys,	nd,
% osób zatrudnionych postrzegających Allegro jako miejsce pracy, w którym szanuje się wszystkich bez względu na płeć, wiek czy jakikolwiek inny wymiar różnorodności [KPI 7]	85%	87%	nd,

1.1.4. ODPOWIEDZIALNY NADZÓR

Ponieważ zrównoważony rozwój i klimat są kwestiami strategicznymi dla Allegro, odpowiedzialność za określenie strategicznych kierunków w tym obszarze spoczywa na Komitecie Zarządzającym, w skład którego wchodzi Prezes Zarządu i Zarząd / Rada Dyrektorów. Za operacyjne zarządzanie tym obszarem odpowiada Zespół ds. Zrównoważonego Rozwoju, wspierany przez dedykowanych menedżerów, menedżerek i osób zatrudnionych z różnych działów organizacji.

Zespół zarządzający nadzoruje kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem i klimatem, w szczególności poprzez monitorowanie i nadzorowanie strategii ESG i Zrównoważonego Rozwoju. Jednocześnie, ponieważ ryzyka klimatyczne i środowiskowe podlegają zarządzaniu ryzykiem i Polityce Zarządzania Ryzykiem, wszystkie osoby zatrudnione w Allegro.eu są odpowiedzialni za identyfikację i raportowanie ryzyka. Rolą Zarządu / Rady Dyrektorów jest nadzorowanie ryzyka korporacyjnego, definiowanie zakresu zarządzania ryzykiem, określanie kierunków rozwoju systemu zarządzania ryzykiem oraz ustalanie poziomów apetytu na ryzyko.

Rola kierownicza i przywódcza

<p>Komitet Zarządzający ds. ESG i Zrównoważonego Rozwoju</p>	<ul style="list-style-type: none"> • zatwierdzanie kierunków i celów strategicznych oraz rekomendacje zmian/działań • zatwierdzanie raportów z realizacji Strategii ESG i Zrównoważonego Rozwoju Allegro • nadzór nad integracją strategii i inicjatyw ESG z celami biznesowymi Allegro • wybór obszarów priorytetowych i długoterminowe planowanie strategiczne 	<p>Zarząd / Rada Dyrektorów</p>
--	--	---------------------------------

Najwyższy organ zarządzający Allegro.eu, Zarząd / Rada Dyrektorów, bierze pod uwagę kwestie ESG podczas wykonywania swoich obowiązków nadzorczych. Kwestie ESG są omawiane na posiedzeniach Rady Dyrektorów. Spółka powołała Komitet Zarządzający ds. ESG i Zrównoważonego Rozwoju, w skład którego wchodzi General Counsel & Dyrektor ds. korporacyjnych, Dyrektor ds. komunikacji oraz Dyrektor ds. bezpieczeństwa (CSO). W skład Komitetu Zarządzającego wchodzi CEO oraz Executive Team. Obowiązki Komitetu zostały opisane powyżej. Kwestie ESG są również poruszane na posiedzeniach Zarządu i brane pod uwagę przy podejmowaniu decyzji biznesowych.

Zespół ds. Zrównoważonego Rozwoju i ESG w Allegro składa się z kilkunastu ekspertów i ekspertek w dziedzinie ESG i zrównoważonego rozwoju, wspieranych dodatkowo przez ekspertów i ekspertki ds. relacji inwestorskich, compliance i HR. Zespół ds. Zrównoważonego Rozwoju w ramach obszaru dotyczącego dostaw (DEX) obejmuje specjalistów i specjalistki zajmujących się zrównoważonym rozwojem w zakresie usług realizacji zamówień, dostaw i usług logistycznych, w tym na ostatnim etapie dostawy do odbiorcy. Wszyscy ściśle współpracują przy realizacji celów strategii ESG i są również zaangażowani w raportowanie.

1.1.5. REALIZACJA CELÓW ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ONZ

W 2021 roku Allegro.pl dołączyło do UN Global Compact, inicjatywy Sekretarza Generalnego ONZ, która zrzesza firmy i instytucje, dla których ważny jest zrównoważony rozwój. Przystępując do programu UN Global Compact, firma zobowiązała się do realizacji polityki i globalnych inicjatyw ONZ, koncentrujących się na kwestiach środowiska i przeciwdziałaniu kryzysowi klimatycznemu. Jest to również zobowiązanie do realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju, określonych przez Organizację Narodów Zjednoczonych w Agendzie 2030. Przystąpienie do UN Global Compact jest świadectwem naszego prawdziwego zaangażowania w strategię ESG i Zrównoważonego Rozwoju oraz podjętego zobowiązania w zakresie ochrony środowiska.

Global Compact zrzesza ponad 12 000 firm i 3 000 instytucji z 160 krajów. Allegro dołączyło do dużej międzynarodowej społeczności, dla której dialog dotyczący zrównoważonego rozwoju jest niezwykle ważny. Link: <https://www.unglobalcompact.org/>

W 2021 roku Allegro dołączyło do Komitetu ds. Standardów Etycznych UN Global Compact Network Poland. W 2022 roku Allegro aktywnie działało w Komitecie ds. Standardów Etycznych oraz Programie Climate Positive w ramach UN Global Compact Network Poland.



1.1.6. WSPARCIE DLA UKRAINY

Wojna za naszą wschodnią granicą wstrząsnęła wieloma z nas. Solidaryzujemy się z Ukrainą, nasze serca są z jej obywatelami i obywatelkami. Jako Grupa skupiamy się na pomocy naszym ukraińskim pracownikom i pracownikom i wspieramy ich, a wszystkim pracownikom i pracownikom zapewniamy pomoc i wsparcie psychologiczne. Zaangażowaliśmy również naszych klientów i wspólnie wsparliśmy osoby z doświadczeniem uchodźczym z Ukrainy. Blokowaliśmy rosyjskie i białoruskie produkty oraz sprzedawców. Ponadto przetłumaczyliśmy i udostępniliśmy naszą platformę w języku ukraińskim, aby zapewnić osobom z Ukrainy wygodny dostęp do naszych ofert.

Działania podjęte przez Grupę

- **Wspieramy naszych pracowników i pracowniczki oraz kontrahentów – osoby z Ukrainy:**

- Każda osoba zatrudniona otrzymała dodatkowe 7 dni płatnego urlopu na opiekę nad rodziną.
- Każdej osobie zatrudnionej wypłacono dodatek w wysokości 2 500 zł.
- Każda osoba zatrudniona może skorzystać z bezpłatnych porad prawnych i wsparcia psychologicznego.
- Pozostajemy w kontakcie ze wszystkimi osobami zatrudnionymi i w miarę możliwości staramy się pomóc.
- Zorganizowaliśmy zbiórkę środków pierwszej pomocy.

- **Dla wszystkich zatrudnionych**

- Pomoc psychologiczna w języku polskim, ukraińskim lub angielskim dla osób zatrudnionych i ich bliskich.
- Pomoc prawna świadczona po ukraińsku, rosyjsku i polsku.
- Dodatkowe wsparcie – specjalny alias mailowy lub kontakt z HR Business Partnerem.
- Zorganizowaliśmy cykl szkoleń i webinarów (kilkanaście) dla wszystkich zatrudnionych i kontrahentów na temat tego, jak radzić sobie w obecnej sytuacji konfliktowej (jak radzić sobie z emocjami, jak rozmawiać z dziećmi, jak wspierać zespół itp.), a także „Jak wspierać siebie i innych?” czy „Stres, strach, niepewność. Jak zadbać o emocje swoje i pracowników”.

- **Dla klientów (sprzedawców i kupujących)**
- **Allegro uruchomiło ukraińską wersję językową strony, aby ułatwić dostęp do swoich ofert rosnącej grupie Ukraińców i Ukraińców mieszkających w Polsce.**
 - Przetłumaczony interfejs użytkownika umożliwia ukraińskojęzycznym klientom i klientom wygodne korzystanie z serwisu i zarządzanie kontem oraz płatnościami.
 - Nową wersję językową można wybrać z menu w górnej części serwisu, po kliknięciu flagi na allegro.pl lub dedykowanego adresu dla sprzedaży międzynarodowej na allegro.com.
 - Dodatkowo Allegro oferuje wsparcie dla kupujących w języku ukraińskim na stronie kontaktowej oraz przetłumaczone artykuły w Centrum Pomocy (około 30 najważniejszych artykułów na początek). Klienci mogą również kontaktować się z Allegro poprzez e-mail. Nowa wersja językowa będzie też wkrótce dostępna w aplikacjach Allegro na iOS i Androida.
- Sprzedawcy z Ukrainy – skontaktowaliśmy się ze wszystkimi naszymi sprzedawcami z Ukrainy i zaoferowaliśmy im naszą pomoc.
- Wycofaliśmy wszystkie rosyjskie i białoruskie produkty z Oficjalnego Sklepu Allegro.
- Zablokowaliśmy konta wszystkich kupców z Rosji i Białorusi w Allegro.pl i Ceneo.pl.
- Wyklucziliśmy wszystkie rosyjskie i białoruskie produkty z programów dofinansowania
 - Zawiesiliśmy sprzedawców z Rosji i Białorusi
 - Zablokowaliśmy możliwość wystawiania nowych ofert na produkty rosyjskie i białoruskie na podstawie list sankcyjnych i znanych marek

- **Dla osób uchodźczych z Ukrainy**

- Grupa Allegro.eu podjęła działania mające na celu wsparcie organizacji pozarządowych niosących pomoc humanitarną. Firma zaangażowała również swoich klientów, dając im kilka możliwości wsparcia wybranych inicjatyw. W sumie w 2022 roku udało się zebrać ponad 11,7 mln zł.
- Firma przekazała pomoc rzeczową (żywność, środki czystości, bony towarowe Allegro), a także niematerialną i finansową.
- W pomoc aktywnie zaangażowali się również pracownicy i pracowniczki Allegro. Ich entuzjazm w tworzeniu oddolnych inicjatyw przerodził się w lokalne zbiórki charytatywne i zaangażowanie w wolontariat. Aby ułatwić im rozwijanie inicjatyw, Allegro Foundation zorganizowała trzecią edycję konkursu grantowego #we_help_because_we_can na wsparcie m.in. Ukrainy. Wybrano 19 inicjatyw charytatywnych, a maksymalny grant wyniósł 15 tys. zł dla każdej zaakceptowanej inicjatywy.
- Więcej w części „Działalność społeczna i charytatywna”.

1.2 Relacje z klientami (kupujący i sprzedawcy)

Zależy nam na jak najlepszych doświadczeniach zakupowych na Allegro. Prowadzimy platformę, która gwarantuje proste i wygodne zakupy. Zdecydowana większość transakcji przebiega pomyślnie, a w rzadkich przypadkach, gdy pojawia się problem, umożliwiamy klientom łatwe dotarcie do sprzedawcy i oferujemy pomoc przy użyciu innowacyjnego systemu mediacji. Jeśli strony nie dojdą do porozumienia lub w przypadku problemów z funkcjami platformy np. rejestracją lub płatnością, mogą zwrócić się o wsparcie do pracowników Allegro. Oferujemy zarówno sprzedawcom jak i kupującym szybki i łatwy dostęp do pomocy 24/7.

1.2.1. NAJWAŻNIEJSZE DANE I WYNIKI DLA KLIENTÓW

23.9 mln liczba aktywnych odbiorców usługi ^[1]

80.8 rNPS w badaniu satysfakcji klientów (na koniec 2022 roku)

14,1 mln aktywnych kupujących na Allegro (na koniec 2022)

90% klientów, którzy uważają zakupy na Allegro za bezpieczniejsze lub tak samo bezpieczne jak na innych platformach

Over 133 tys. profesjonalnych („B2C”) sprzedawców na Allegro (na koniec 2022 roku)

almost 480 tys. unikalnych użytkowników (sprzedawców) platformy e-learningowej Allegro Academy (na koniec 2022 roku)

około **96%** automatów One Box było w pełni dostępnych

+ 290 mln aktywnych ofert

1.2.2. WYSOKI POZIOM SATYSFAKCJI KLIENTÓW

W Allegro regularnie badamy satysfakcję klientów. Każdy klient, który wchodzi z nami w interakcję, może wypełnić ankietę online, w której może podzielić się swoją opinią na temat jakości obsługi oraz sposobu rozwiązania jego konkretnego problemu.

Wysoka satysfakcja klientów przyniosła nam najlepszy w swojej klasie relacyjny wskaźnik Net Promoter Score (rNPS) na poziomie 80,8 na koniec 2022 r. wobec 78,9 na koniec 2021 r. i 76,1 na koniec 2020 r.

Ponad 20,2 milionów internautów i internatek w Polsce odwiedziło platformę Allegro w styczniu 2023 r. według badania Mediapanel firmy Gemius/Polskie Badania Internetu.

Aplikacja Allegro jest najpopularniejszą aplikacją e-commerce w Polsce, z ponad 11 milionami średnich miesięcznych aktywnych użytkowników, skumulowanym pobraniem i łącznym czasem, na Q4 2022 wg data.AI.

Allegro otrzymało nagrodę Gwiazda Jakości Obsługi 6. rok z rzędu (od 2018)

Gwiazda Jakości Obsługi jest przyznawana na podstawie badania opinii klientów, realizowanego przez Polski Program Jakości Obsługi.

Proces jest ustandaryzowany i składa się z 4 etapów: analiza opinii klientów dodanych w serwisie przez cały rok, nominacje firm na podstawie największej liczby pozytywnych opinii, badanie CAWI (online) na reprezentatywnej grupie konsumentów z całej Polski, wybór firm z najwyższymi wynikami w branży. Przyznanie Allegro tej nagrody po raz szósty z rzędu jest dowodem na to, że firma nie zwalnia tempa i konsekwentnie dostarcza najlepszą obsługę klienta.

Naszym priorytetem jest utrzymanie atmosfery zaufania dla obu stron transakcji, co uzyskujemy dzięki zbiorowi jasnych zasad. Stale monitorujemy sprzedawców i oferty oraz badamy wszystkie problemy w miarę ich zgłaszania. Przykładem może być Allegro Protect (wcześniej Program Ochrony Kupujących), system opinii czy rozpoczęcie Dyskusji ze sprzedawcą (z wykorzystaniem platformy komunikacyjnej, gdzie kupujący i sprzedawcy mogą rozwiązać problem bezpośrednio ze sobą lub, na życzenie klienta, także z pomocą pracownicy lub pracownika Allegro).

Dyskusje	2022	2021	2020
Liczba otwartych dyskusji	4 3 mln	4 8 mln	3 9 mln
Odsetek dyskusji rozstrzygniętych pozytywnie	98,2%	98,1%	96,9%

Zespół Customer Experience jest cały czas dostępny klientom, szybko i sprawnie odpowiadając na pytania i udzielając wsparcia. Zespół komunikuje się różnymi kanałami, m.in. poprzez:

- stronę z artykułami pomocy oraz formularz kontaktowy, który umożliwia komunikację za pomocą wiadomości pisemnej,
- czat wspierany przez bota,
- media społecznościowe,
- usługę callback (prośba o telefon od konsultanta)
- tradycyjną infolinię w przypadku pilnych problemów (np. problemy techniczne z Allegro One Box).

Allegro uruchamia kanał kontaktowy dla osób niesłyszących: połączenie online z tłumaczem Migam. Kanał kontaktowy pozwala niesłyszącym na wideorozmowę z pomocą tłumacza Polskiego Języka Migowego. Oprócz wsparcia zakupowego, platforma przygotowała również specjalne kanały kontaktu dla osób z wadami wzroku lub słuchu odbierających przesyłki z automatów paczkowych One Box by Allegro. Allegro wprowadziło również inną innowację, aby zakupy online były jeszcze bardziej dostępne. Seniorzy, którzy chcieliby założyć konto lub dowiedzieć się więcej o zakupach na Allegro, mogą zadzwonić na dedykowaną Infolinię dla Seniorów.

1.2.3. ALLEGRO GADANE – PLATFORMA SPOŁECZNOŚCIOWA

Allegro Gadane to platforma społecznościowa, na której kupujący i sprzedający otrzymują dostęp do spostrzeżeń i opinii zamieszczanych przez innych użytkowników. Allegro Gadane odnotowało ponad 3,9 mln wizyt, a dzięki treściom zamieszczanym przez społeczność udało się rozwiązać aż 810 tys. spraw. Dzięki gamifikacji (np. rangi, rankingi itp.) i przyjaznym interakcjom z innymi, kilkuset zaangażowanych użytkowników odpowiadających na pytania utworzyło grupę, która poświęca czas na pomoc innym.

1.2.4. DOSTĘPNOŚĆ DLA WSZYSTKICH

Naszym priorytetem jest zapewnienie każdemu dostępu do naszej platformy. Dlatego dbamy o dostępność naszych usług na każdym etapie procesu zamówienia.

DOSTĘPNOŚĆ USŁUG

Nasza platforma i usługi tworzone są tak, aby były intuicyjne i łatwe w obsłudze, aby proces zakupowy był bardziej komfortowy, ale także bardziej dostępny osobom, które na co dzień nie korzystają z zakupów online. Podejmujemy również szereg działań, aby nasze usługi były dostępne dla osób o różnych potrzebach.

PODNOSENIE ŚWIADOMOŚCI I ROZWIĄZYWANIE KONKRETNICH PROBLEMÓW

Hackathony dostępności to otwarte dla wszystkich pracowników maratony programistyczne. W ich trakcie wolontariuszki i wolontariusze z naszej organizacji pracują nad zmianami, które sprawiają, że korzystanie z Allegro jest łatwiejsze i wygodniejsze dla osób o specjalnych potrzebach. Dzięki czterem hackathonom, organizowanym od 2019 do końca 2022 roku, wdrożono ponad 60 zmian, które pomogły Allegro poprawić dostępność na platformie.

Celem wydarzeń było również zwiększenie świadomości w organizacji na temat specjalnych potrzeb naszych klientów. Podczas każdego hackathonu odbywa się

prezentacja pokazująca konkretne problemy, z jakimi mogą spotkać się osoby z niepełnosprawnościami korzystające z naszej platformy. Dzięki temu Allegro nawiązało współpracę z organizacjami non profit, takimi jak migam.org czy widzialni.org. Nagrania z tych wydarzeń są dostępne również dla wszystkich zainteresowanych tematem.

Istnieje również specjalna przestrzeń do dzielenia się wiedzą i zgłaszania problemów związanych z dostępnością, które są stopniowo rozwiązywane. W celu zwiększenia świadomości na temat dostępności organizowane były również szkolenia z zakresu dostępności dla webdeveloperów i projektantów. Większość działań w obszarze dostępności została zainicjowana przez pracowników, dla których jest to ważna część ich pracy.

ALLEGRO WSPÓŁZAŁOZYCIELEM BUSINESS ACCESSIBILITY FORUM

Allegro zostało członkiem założycielem Business Accessibility Forum (BAF) – partnerskiej inicjatywy Fundacji Widzialni, Allegro, Microsoft Polska, Orange Polska i Santander Bank Polska. Forum będzie platformą do dyskusji i wymiany dobrych praktyk, aby lepiej odpowiadać na zobowiązania wynikające z wdrażania Europejskiego Aktu o Dostępności.

Do czerwca 2025 roku Polska jest zobowiązana do przyjęcia nowych regulacji dotyczących dostępności towarów i usług podmiotów komercyjnych. Rozszerzają one obowiązek dostosowania produktów i usług do standardów dostępności na nowe obszary biznesowe, w tym e-commerce, co oznacza, że Allegro również będzie realizować te wymagania.

BAF wspiera wzajemną współpracę i inspiruje w zakresie opracowywania i promowania najlepszych standardów i dobrych praktyk. Celem jest ich wdrożenie i zwiększenie dostępu do usług oferowanych za pośrednictwem Internetu dla osób z niepełnosprawnościami oraz edukacja w tym zakresie. Jest to o tyle ważne, że do BAF dołączą nowe firmy – w tym liderzy poszczególnych sektorów rynku objętych EAA.

<https://baforum.pl/>

NOWY KANAŁ KONTAKTOWY DLA OSÓB NIESŁYSZĄCYCH

By zakupy w sieci stały się jeszcze bardziej dostępne, Allegro wprowadziło wideoczat z asystą tłumacza Polskiego Języka Migowego (PJM). Kontakt z naszymi konsultantami z pomocą tłumacza PJM podniósł poziom obsługi klientów z wadami słuchu, którzy do tej pory mieli jedynie dostęp do takich kanałów jak e-mail czy tradycyjny czat. Dzięki wideokonferencjom możemy szybciej zaoferować wsparcie osobom z podobnymi dysfunkcjami, co naszym zdaniem zwiększa satysfakcję klientów.

WYRÓŻNIENIE ZA KANAŁ KONTAKTU DLA OSÓB NIESŁYSZĄCYCH W POLISH NATIONAL SALES AWARDS

Allegro otrzymało nagrodę w kategorii Innovator Technologiczny. Polish National Sales Awards to najbardziej prestiżowy konkurs sektora sprzedaży i obsługi klienta w Polsce, który co roku wyróżnia uczestników za wybitne osiągnięcia i wysokie standardy etyczne.

WSPARCIE DLA SENIORÓW

By nasze usługi były bardziej dostępne dla osób w wieku 65+, Allegro kontynuowało prowadzenie dodatkowego kanału kontaktu „Infolinia Allegro dla Seniorów”, uruchomionego w 2020 roku. Infolinia jest wygodnym uzupełnieniem istniejących już kanałów kontaktu 24/7 zarówno dla kupujących, jak i sprzedających, do których należą: formularz kontaktowy, popularne komunikatory i czaty, usługa oddzwaniań oraz platforma społecznościowa Allegro Gadane. Infolinia jest dostępna codziennie w godzinach od 8:00 do 20:00. Za jej pośrednictwem seniorzy mogą uzyskać porady dotyczące zakupów w Internecie, a także pomoc konsultantów na każdym etapie procesu zakupowego – od założenia konta po pomoc w wyborze najdogodniejszej opcji płatności i dostawy, w tym darmowej dostawy z Allegro SMART!

Seniorzy mogą również skorzystać z materiałów informacyjnych, które pomagają w korzystaniu z narzędzi internetowych i umożliwiają bezpieczne zakupy z domu. Materiały zostały przygotowane w ramach kampanii „To proste”, w partnerstwie z Krajowym Instytutem Gospodarki Senioralnej.

<https://allegro.pl/zobacz/toproste>

DOSTĘPNE DOSTAWY

Chcemy, by sieć automatów paczkowych One Box była w 100% dostępna dla wszystkich. Aby to osiągnąć, współpracujemy i prowadzimy konsultacje z organizacjami pozarządowymi, samorządami, społecznościami i przedstawicielami grup nieuprzywilejowanych. Jednym z efektów takiej współpracy był raport „Daj się! czyli jak stworzyć dostępny automat paczkowy”, który stworzyliśmy i wydaliśmy wspólnie z Fundacją Avalon.

Naszym celem i ambicją jest wyeliminowanie jak największej liczby barier infrastrukturalnych na drodze naszego klienta do jego paczki. Wśród wielu innych działań w tym zakresie, zawsze staramy się wyrównać strefę odbioru automatu paczkowego do poziomu otoczenia, zapewnić w pełni utwardzoną ścieżkę do urzędu oraz w razie potrzeby zainstalować podjazdy dla wózków. Nasi klienci mogą również wybrać poziom szafki, do której będzie dostarczana ich przesyłka.

Każdy, kto korzysta z naszych automatów paczkowych One Box by Allegro, otrzymuje również pełne wsparcie techniczne. Każdy automat posiada oznaczenia w alfabecie Braille’a oraz posiada kod QR, który umożliwia użytkownikom połączenie się online z tłumaczem Polskiego Języka Migowego (Migam).

Każda szafka jest dwukrotnie sprawdzana pod kątem dostępności w procesie audytu produktowego. Nasz zespół jest stale szkolony w zakresie planowania lokalizacji automatów paczkowych, aby spełniały one nasze surowe kryteria. W razie potrzeby wprowadzamy również korekty, które zostały zalecone i zaakceptowane podczas regularnych spotkań.

Na koniec roku 2022 około 96% One Boxów było w pełni dostępnych zgodnie z kryteriami, które opracowaliśmy z organizacjami wymienionymi powyżej. W 2023 roku dążymy do podniesienia tego odsetku do 97. Docelowo będziemy starali się wyeliminować wszystkie bariery na drodze do któregośkolwiek z naszych automatów paczkowych.

1.2.5 BEZPIECZNE ZAKUPY

Postawiliśmy sobie za cel zapewnienie bezpieczeństwa i komfortu naszym klientom, ochronę ich prywatności i praw konsumenckich. Bezpieczeństwo i wygoda klientów oraz sprzedających mają dla Allegro kluczowe znaczenie.

Bezpieczeństwo klientów Allegro zapewniamy:

- Allegro Protect
- Program Współpraca w Ochronie Praw
- Zapobieganie sprzedaży podrobionych przedmiotów na platformie
- Zgłaszanie naruszeń praw i szybkie reagowanie
- Współpraca z agencjami rządowymi w celu wycofania produktów, które nie spełniają określonych norm lub nie są dopuszczone na rynek:
- Podpisanie Protokołu ustaleń w sprawie sprzedaży podrabianych towarów w Internecie wspieranego przez Komisję Europejską
- Współpraca z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz z miejskimi i powiatowymi rzecznikami konsumentów, m.in. w formie wspólnych konsultacji, opinii i analiz
- Przystąpienie do Koalicji Antysmogowej wraz z Polskim Alarmem Smogowym i Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów
- Zasady dotyczące towarów zakazanych i dopuszczonych warunkowo
- Program Bezpieczne z@kupy w sieci
- Jakość mojej sprzedaży – transparentne oceny kupujących.

Allegro pośredniczy w zawieraniu transakcji internetowych między kupującymi a sprzedawcami i tworzy bezpieczne środowisko, w szczególności poprzez prowadzenie od 2004 roku wsparcia obsługi klienta oraz wewnętrznego programu Allegro Protect (wcześniej Program Ochrony Kupujących). Bezpieczeństwo produktów to także jeden z priorytetowych obszarów, w którym wdrożyliśmy standardy i procedury znacznie bardziej zaawansowane niż te wymagane przez obowiązujące przepisy prawa.

Od 2011 roku Allegro jest sygnatariuszem Protokołu ustaleń w sprawie sprzedaży podrabianych towarów w Internecie (Memorandum of Understanding on the sale of counterfeit goods on the internet), a w 2020 roku przystąpiliśmy do Product Safety Pledge. Ponadto, ponieważ działamy głównie na rynku polskim, współpracujemy bezpośrednio z właściwymi organami w Polsce, głównie z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Prowadzimy również kampanie ad hoc w odpowiedzi na konkretne zagadnienia, jak np. w ramach koalicji antysmogowej w celu walki ze sprzedażą nielegalnych pieców w Internecie.

W 2022 roku zmieniliśmy nazwę Programu Ochrony Kupujących na Allegro Protect. Zmieniliśmy też jego symbol, logo oraz niektóre zapisy regulaminu. Stawiamy na ogólną ochronę i satysfakcję z zakupu. Chcemy, aby kupujący czuli się bezpiecznie, dlatego wydłużamy czas na zgłoszenie problemów z zamówieniem i żądanie rekompensaty z 6 miesięcy do dwóch lat. Podnosimy też maksymalne możliwe odszkodowanie do 20 tys. zł. Dzięki temu kupujący będą czuli się bezpiecznie nawet przy wydawaniu większych kwot pieniędzy. Nowy program gwarantuje zwrot środków przez dwa lata od daty zakupu.

Z NASZYCH BADAŃ WYNIKA, ŻE 98% OSÓB, KTÓRE ZGŁOSIŁY PROBLEM SPRZEDAWCY, JEST ZADOWOLONYCH Z ROZWIĄZANIA ZAPROPONOWANEGO PRZEZ SPRZEDAWCĘ I ALLEGRO.

Dzięki gwarantowanemu bezproblemowemu doświadczeniu zakupowemu na każdym etapie, aż 91% naszych klientów uważa zakupy na platformie Allegro za bezpieczne. Mogą oni polegać na rekomendacjach i komentarzach wystawionych przez innych klientów. Aby klienci mogli cieszyć się jeszcze lepszą ochroną, Allegro wprowadziło Allegro Protect, które gwarantuje im odzyskanie pieniędzy w przypadku pojawienia się jakichkolwiek problemów z zakupem.

Ochrona obejmuje wszystkie oferty na Allegro i Allegro Lokalnie, gdzie płatność została dokonana przelewem lub za pośrednictwem platformy. Klienci, którzy doświadczyli problemów z transakcją na Allegro (np. nie otrzymali zakupionych produktów lub zwrotu pieniędzy po odstąpieniu od umowy, albo otrzymany produkt nie jest zgodny z opisem lub dotarł uszkodzony) mają prawo do zwrotu nawet 20 000 zł.

Procedura zgłoszenia została uproszczona do niezbędnego minimum (np. konsumenci nie muszą już wpisywać numeru konta bankowego na formularzu Allegro Protect). Wystarczy wypełnić formularz online, który jest jeszcze prostszy, jeśli problem został zgłoszony w dyskusji rozpoczętej na platformie.

W badaniu NPS (Net Promoter Score) przeprowadzonym wśród klientów korzystających z Allegro Protect w 2022 r., Allegro uzyskało wynik +79,8 (najwyższy możliwy do osiągnięcia to 100). Allegro Protect jest głównym czynnikiem wpływającym na wskaźnik wygody procesów pozakupowych (C-Index dla Allegro Protect wynosi ponad 9, najwyższa możliwa ocena to 10). Oznacza to, że większość klientów poleca Allegro jako bezpieczne miejsce do robienia zakupów, a program Allegro Protect jest przez nich dobrze postrzegany.

Allegro Protect	2022	2021	2020
Odsetek klientów, którzy uważają, że zakupy na Allegro są bezpieczniejsze lub równie bezpieczne, co na innych platformach	90,20%	91,39%	93,03%
Wskaźnik NPS wśród klientów korzystających z Allegro Protect	+79,80	+80,02	+71,32
Średnia liczba transakcji na Allegro.pl przypadająca na jeden zwrot w ramach Allegro Protect	3 800	4 900	7 400
Średni czas oczekiwania na otrzymanie zwrotu	5 days	5 days	5 days
Średni czas oczekiwania na otrzymanie zwrotu – użytkownicy usługi SMART!	12 h	12 h	12 h

PROGRAM WSPÓŁPRACA W OCHRONIE PRAW

Program Współpraca w Ochronie Praw powstał po to, aby eliminować z Allegro oferty sprzedaży przedmiotów i usług niezgodnych z prawem.

Rozpatrujemy zgłoszenia dotyczące naruszeń

- prawa własności przemysłowej (na przykład sprzedaż towarów nieoryginalnych)
- prawa autorskiego (na przykład wykorzystanie w opisie oferty zdjęć bez zgody właściciela autorskich praw majątkowych).

Chronimy:

- konsumentów przed zakupem towarów, które naruszają prawo
- sprzedawców, często nieświadomych naruszeń, przed konsekwencjami prawnymi naruszania praw właścicieli marek

Chcemy również zwiększać świadomość w kwestiach własności intelektualnej, ochrony praw i ich naruszeń.

Aby zapewnić bezpieczeństwo kupującym, Allegro współpracuje z właścicielami praw wyłącznych w ramach Programu Współpraca w Ochronie Praw, który zrzesza obecnie ponad 1700 marek. Współpracujemy również z wiodącymi markami, egzekwując postanowienia Protokołu ustaleń w sprawie sprzedaży podrabianych towarów w Internecie.

PRODUCT SAFETY PLEDGE – EUROPEJSKA INICJATYWA NA RZECZ BEZPIECZEŃSTWA PRODUKTÓW

Allegro było jedną z pierwszych europejskich firm, które przystąpiły do programu Product Safety Pledge. Jest to inicjatywa Komisji Europejskiej i największych platform e-commerce mająca na celu zapewnienie bezpieczeństwa konsumentom i edukację klientów. Program Product Safety Pledge wspiera krajowe i europejskie organy nadzoru rynku w eliminowaniu z rynku produktów niebezpiecznych.

Włączenie się Allegro do tej inicjatywy jest ważnym aspektem naszej obecności w Brukseli jako jednej z największych europejskich firm technologicznych i wzmacnia wiarygodność w relacjach z instytucjami unijnymi, które chcą wykorzystać nasze ponad 23-letnie doświadczenie i wiedzę na temat ochrony konsumentów w Internecie.

Jako sygnatariusz zobowiązania Product Safety Pledge uruchomiliśmy stronę internetową, aby informować naszych klientów o zobowiązaniach Allegro w ramach tego mechanizmu. Zamieściliśmy również odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania, takie jak: Dlaczego moja oferta została usunięta? Gdzie mogę znaleźć informacje na temat niebezpiecznych produktów? Czym jest Safety Gate? Kto decyduje o tym, czy mój produkt jest niebezpieczny? Zamieściliśmy również linki do bazy danych Safety Gate i właściwych organów krajowych.

Allegro codziennie weryfikuje nowe oferty pod kątem listy niebezpiecznych produktów w Safety Gate oraz monitoruje alerty polskich władz.

WSPÓŁPRACA Z WŁADZAMI PUBLICZNYMI I INNYMI ZAINTERESOWANYMI STRONAMI

Aby ułatwić współpracę z krajowymi organami odpowiedzialnymi za nadzór nad rynkiem, Allegro utworzyło jeden punkt kontaktowy dla zainteresowanych stron. Zorganizowaliśmy również kilka spotkań, na których prezentowaliśmy nasze wewnętrzne polityki i procedury.

Kontynuowaliśmy współpracę z organami administracji publicznej, prowadząc konsultacje w ramach dedykowanej ścieżki kontaktu. Warto również podkreślić, że uczestniczyliśmy w Międzynarodowej Konsumentkiej Konferencji Naukowej „Prawa konsumenta wczoraj, dziś i jutro. 60 lat praw konsumenta” zorganizowanej przez Stowarzyszenie Rzeczników Konsumentów oraz Katedrę Prawa Cywilnego, Gospodarczego i Prywatnego Międzynarodowego Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, która odbyła się w dniach 9-10 czerwca 2022 r. Podczas wystąpień nasi przedstawiciele zaprezentowali prokliencką metodę rozwiązywania problemów potransakcyjnych klientów Allegro oraz promowali dedykowaną ścieżkę kontaktu z Allegro.

1.2.6. UMOŻLIWIENIE ROZWOJU SPRZEDAWCÓW

W 2022 r. na Allegro było ponad 133 000 profesjonalnych sprzedawców. Naszą ambicją jest zbudowanie dla nich profesjonalnej przestrzeni do sprzedaży. Oferujemy bardzo szeroki wachlarz funkcjonalności pomagających efektywnie zarządzać sprzedażą na Allegro. Przygotowaliśmy rozwiązania zarówno dla podmiotów z dużym doświadczeniem w sprzedaży poprzez naszą platformę, jak i tych, którzy dopiero zaczynają sprzedaż na Allegro i dzięki pomocy mogą poznawać dostępne narzędzia, uczyć się zarządzania swoimi ofertami i zwiększać sprzedaż. Nasze programy są dostosowane m.in. do konkretnych segmentów, cyklu życia oraz aktywności na platformie. .

1.2.7. WSPARCIE DLA SPRZEDAWCÓW, CZYLI W CZYM MOŻEMY POMÓC

Nasza platforma oferuje narzędzia i usługi dla sprzedających takie jak Allegro Ads, Allegro Finance, Promuj swoje oferty, Usprawnij sprzedaż, Wystawiaj ogłoszenia, Kredyt i leasing dla firm, Jakość mojej sprzedaży i Bezpłatne szkolenia online. Nowym narzędziem do realizacji zamówień jest Wysyłam z Allegro, umożliwiające sprzedawcom nadawanie przesyłek bezpośrednio ze swojego konta Allegro lub przez API. Allegro wprowadziło także usługę One Fulfillment by Allegro – kompleksową usługę logistyczną, dzięki której sprzedawcy mogą przechowywać swoje produkty w magazynach Allegro, a Allegro zajmuje się wysyłką, dostawą i obsługą zamówień. Jedną z głównych korzyści wynikających z korzystania z usługi One Fulfillment by Allegro jest to, że może ona pomóc sprzedawcom zaoszczędzić czas i zasoby, ponieważ nie muszą oni zarządzać własnymi zapasami ani zajmować się logistyką wysyłki i obsługi. Allegro wdrożyło również nową usługę odroczonej płatności dla transakcji między firmami. Dzięki niej sprzedawcy mogą sprzedawać i kupować z wydłużonym terminem płatności faktury.

Popularnością wśród sprzedających cieszy się też Trade Analytics, narzędzie analityczne pozwalające uzyskać odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania dotyczące sprzedaży na Allegro. Sprzedawcy mogą także korzystać z narzędzia analitycznego Jakość mojej sprzedaży. Zostało ono zaprojektowane do zarządzania sprzedażą i monitorowania trendów sprzedażowych. Jakość mojej sprzedaży prezentuje precyzyjnie obliczone wskaźniki i informacje na temat jakości transakcji. Dzięki temu są oni w stanie szybko zidentyfikować mocne strony oraz słabości. Dostępne informacje pomagają sprzedawcom rozwijać swój biznes na Allegro.

Ocena sprzedaży to opinia o transakcji wystawiona przez kupującego. Oceny mogą być wystawiane wraz z komentarzem opisowym. Dzięki zestawieniu sprzedaży sprzedawcy mogą sprawdzić, które obszary ich działalności cieszą się zainteresowaniem kupujących, a które wymagają dodatkowych wysiłków. Większość procesów w Allegro jest zautomatyzowana, dzięki czemu możliwe jest osiągnięcie efektu skali, a także spersonalizowanie oferty edukacyjnej czy reklamowej tak, by spełniała, a nawet przewyższała oczekiwania kupujących.

1.2.8. AKADEMIA ALLEGRO – KURSY, PORADNIKI, WEBINARZY, PODCASTY

Akademia Allegro to darmowa platforma edukacyjna po polsku, angielsku, i chińsku. Powstała w 2020 roku i przez pierwsze dwa lata była skierowana zarówno do sprzedających, jak i kupujących na Allegro. Od 2022 roku Akademia Allegro jest skierowana tylko do sprzedawców Allegro. Akademia Allegro zawiera kursy, poradniki, webinary i podcasty. Tworzona jest przez pracowników Allegro oraz zewnętrznych ekspertów.

Akademia Allegro powstała, by dzielić się wiedzą i pomagać w rozwoju firmom sprzedającym na Allegro. Dzięki dużej różnorodności tematów, wkładowi wewnętrznych i zewnętrznych ekspertów oraz atrakcyjnej formie, użytkownicy, głównie małe i średnie firmy z całej Polski, mogą dowiedzieć się, jak rozwijać swój biznes i zwiększać sprzedaż.

Akademia to także przestrzeń dla sprzedawców, w której mogą oni wchodzić w interakcje. Sprzedawcy mogą podzielić się swoimi opiniami lub wątpliwościami i przedyskutować je z ekspertami. Spotkania organizowane przez Akademię Allegro oparte są na poczuciu partnerstwa, pomagają nam budować nowe rozwiązania i co najważniejsze, dają sprzedawcom pewność, że ich głos jest słyszany.

Allegro Academy	2022 (tylko sprzedawcy)	2021 (sprzedawcy i kupujący)	2020 (sprzedawcy i kupujący)
Liczba kursów Akademii Allegro	97	72	50
<i>w tym kursy w języku angielskim</i>	35	18	7
Liczba poradników dla sprzedawców i kupujących	150	95	60
<i>w tym poradniki w języku angielskim</i>	34	40	—
Liczba webinarów	492	454	177
Liczba uczestników webinarów	40 879	51 962	18 791
Liczba unikalnych użytkowników	471 373	1 080 996	962 087
Liczba odsłon na kanale YouTube	56 039	3,4 m	876 700
Liczba godzin obejrzanych materiałów wideo na kanale YouTube	28 922	39 800	8 800

1.2.9. ALLEGRO “STARTUP ASYSTENT”

Allegro pomaga rozpocząć biznes od podstaw i otworzyć sklep na platformie, uruchamiając program „StartUp Asystent”. Dzięki „StartUp Asystent” aspirujący sprzedawcy internetowi otrzymują fachową pomoc w rozpoczęciu działalności. Program oferuje bezpłatne wsparcie już na etapie rejestracji, a następnie uruchomienia nowego biznesu. Wystarczy zarezerwować bezpłatną konsultację. Rozpoczęcie działalności z Allegro wiąże się również z szeregiem dodatkowych korzyści, w tym Pakietem Powitalnym oraz bezprowizyjną sprzedażą na platformie przez pierwszych 90 dni.

„StartUp Asystent” to innowacyjny program Allegro, prowadzący przedsiębiorców krok po kroku od samego początku działalności. Jest to pierwsza na świecie tego typu inicjatywa, powołana przez platformę e-commerce. Prowadzona we współpracy z firmą CashDirector, której eksperci zapewniają pomoc w rejestracji działalności gospodarczej, założeniu konta bankowego, a także rejestracji płatnika VAT i ubezpieczeń (ZUS). Program oferuje również bieżącą pomoc księgową oraz wskazówki dotyczące prowadzenia nowego biznesu, a wszystko to bezpłatnie i bez wychodzenia z domu.

„StartUp Asystent” zapewnia też nowym sprzedawcom Allegro szereg dodatkowych korzyści. Pakiet powitalny dla członków programu obejmuje do 100% zniżki na prowizję od sprzedaży przez pierwsze 90 dni prowadzenia nowego biznesu. Zapewnia również dostęp do dedykowanych małym i średnim firmom usług Allegro, w tym Allegro Pay Business oraz One Fulfillment. Pierwsza z nich oferuje do 10 000 zł środków odnawialnych na zakupy związane z działalnością gospodarczą, z możliwością odroczenia płatności o 30, a nawet 60 dni. One Fulfillment świadczy kompleksowe usługi logistyczne dla nowych firm, od magazynowania produktów po realizację zamówień.

Więcej informacji o programie znajduje się na stronie <https://allegro.pl/kampania/startup>

1.2.10. ZRÓWNOWAŻONE I ODPOWIEDZIALNE ROZWIĄZANIA DLA KUPUJĄCYCH I SPRZEDAWCÓW

1.2.10.A. ALLEGRO NATURALNIE

Na Allegro chcemy wszystkim dać szansę na znalezienie produktów, których szukają, i zapewnić im maksymalny wybór. Stworzyliśmy Allegro Naturalnie dla osób, które przede wszystkim szukają produktów zdrowych i przyjaznych środowisku. Można tam znaleźć przede wszystkim kosmetyki i środki higieniczne, produkty dla dzieci, środki czystości czy żywność (również wegańską).

Każdy produkt, który trafia na Allegro Naturalnie, posiada przynajmniej jeden certyfikat świadczący o tym, że spełnia określone kryteria zrównoważone lub społeczne. W zależności od rodzaju certyfikatu produkty mogą pochodzić z miejsc, gdzie prowadzone są zrównoważone uprawy lub odpowiedzialna gospodarka leśna czy wodna, mogą dawać gwarancję braku substancji niebezpiecznych dla zdrowia lub potwierdzać godne warunki pracy osób, które je produkują.

We współpracy z Fundacją Kupuj Odpowiedzialnie wybraliśmy ponad 50 certyfikatów przyznawanych przez znane instytucje i organizacje pozarządowe z całego świata. Można je uzyskać po spełnieniu określonych warunków i przejściu odpowiedniej procedury lub audytu przeprowadzonego przez niezależne instytucje.

Dzięki naszemu podejściu konsumenci mogą być pewni, że na Allegro Naturalnie znajdują się tylko sprawdzone produkty, których jakość potwierdzają niezależni eksperci i ekspertki.

Przykładowe certyfikaty: EU Organic Label, FairTrade, Rainforest Alliance.

<https://allegro.pl/zobacz/naturalnie>

1.2.10.B. ALLEGRO LOKALNIE

Allegro Lokalnie ułatwia kupowanie i sprzedawanie rzeczy używanych, wyszukiwanie unikalnych przedmiotów w atrakcyjnych cenach i pewność, że zakupy w sieci są bezpieczne. Często są to przedmioty używane, którym Allegro Lokalnie daje drugie życie w myśl zasady „re-use” (jedna z sześciu podstawowych zasad gospodarki cyrkularnej, obok reduce, recycle, repair, remanufacture i recover). Aplikacja mobilna Allegro Lokalnie notuje wzrost odwiedzin o 51% r/r. Liczba aktywnych ofert na Allegro Lokalnie wzrosła o 30% r/r.

Z naszego badania („Odsprzedaż online w Polsce”, PMR lipiec 2022) wynika, że w ciągu ostatniego roku ponad 56% respondentów zdecydowało się na zakup produktów z drugiej ręki. Najpopularniejsze kategorie to: moda, elektronika, dom i ogród, kultura i rozrywka. Polacy kupują online na rynku wtórnym, bo przede wszystkim jest taniej; produkty mają niższe, bardziej atrakcyjne ceny. Respondenci wskazywali również na aspekty pozafinansowe: ochronę środowiska, ograniczenie ilości odpadów, brak wsparcia dla dużych korporacji. Dla innej grupy ważne było to, że na rynku odsprzedaży można kupić produkty unikatowe, kolekcjonerskie lub rzadkie, niedostępne w zasadzie nigdzie indziej.

Allegro Lokalnie jest konsekwentnie rozwijane. W 2022 roku uruchomiliśmy Allegro Smart! na Allegro Lokalnie. Klienci z aktywnym członkostwem Allegro Smart! mogą korzystać z darmowych dostaw do automatów paczkowych na terenie całego kraju.

1.2.10.C. ALLEGRO CHARYTATYWNIE

Allegro od początku swojego istnienia prowadzi działalność charytatywną udowadniając, że technologia może pomóc w rozwiązaniu wielu problemów społecznych. W ramach Allegro Charytatywnie, klienci platformy mogą podczas codziennych zakupów licytować i kupować przedmioty wystawione jako oferty charytatywne. Sprzedawcy natomiast, a wśród nich także organizacje pozarządowe, mogą w prosty sposób wystawić dowolny przedmiot na wybrany cel charytatywny.

Allegro nie pobiera żadnych opłat ani prowizji od sprzedaży ofert charytatywnych, a wszystkie wpływy trafiają bezpośrednio na konto zweryfikowanej organizacji prowadzącej daną zbiórkę.

1.2.10.D. ZRÓWNOWAŻONA LOGISTYKA

Rozwijamy dostępne możliwości wysyłkowe, ułatwiając codzienną sprzedaż na naszej platformie i umacniając nasze innowacyjne podejście do szybkich i odpowiedzialnych dostaw.

W listopadzie 2021 roku zaprezentowaliśmy naszą nową markę logistyczną Allegro One, która obejmuje usługę One Fulfillment dla sprzedawców, automaty paczkowe One Box oraz punkty odbioru One Punkt.

One by Allegro

Allegro One Fulfillment to kompleksowa usługa dla sprzedawców, która obejmuje przechowywanie, pakowanie i dostarczanie produktów, a także obsługę klienta w całym procesie dostawy.

Od 24 stycznia 2022 r. usługa Allegro One Fulfillment stale się rozwija, aby lepiej pomagać sprzedawcom w oszczędzaniu czasu i zasobów, ponieważ nie muszą oni zarządzać inwentaryzacją ani zajmować się logistyką wysyłki i obsługi. Dzięki usłudze One Allegro Fulfillment pomagamy skrócić czas dostawy, zapewniamy wysokiej jakości obsługę klienta i dbamy o wpływ na środowisko, w szczególności poprzez stosowanie zrównoważonych materiałów opakowaniowych i konsolidację zamówień do jednej paczki.

Automaty paczkowe One Box

W 2021 roku uruchomiliśmy również sieć automatów paczkowych One Box, która w grudniu 2022 roku liczyła już ponad 2500 automatów. Nasz projekt odpowiada na potrzeby lokalnych społeczności, działaczy społecznych i ekspertów. Tworzymy zrównoważone rozwiązania, które wpisują się w przestrzeń miejską. Ponadto zakupiliśmy gwarancję pochodzenia energii, po to aby mieć potwierdzenie, że taka sama ilość energii, jaką wykorzystujemy w automatach, pochodzi ze źródeł odnawialnych. Aż do 100% konstrukcji automatu można poddać recyklingowi, ponieważ jest ona wykonana z mieszanki drewna i HDPE.

Marketing zaangażowany społecznie

Allegro One oferuje klientom program sadzenia drzew, w ramach którego Allegro finansuje sadzenie drzew za co dziesiąte zamówienie odebrane przez klienta w ciągu roku kalendarzowego z Allegro One Box lub One Punkt. Do tej pory klienci otrzymali wirtualnie ponad 150 tys. drzew (stan na koniec 2022 roku), które zostały posadzone w kilku lokalizacjach należących do Lasów Państwowych podczas wiosennego i jesiennego sezonu sadzenia w 2022 roku. Klienci otrzymują informację, gdzie drzewo zostało posadzone i jaki jest jego gatunek.

Allegro One Kurier

W październiku 2021 roku Grupa Allegro.eu przejęła również X-press Couriers, lokalną firmę zajmującą się dostawami tego samego dnia, aby uzupełnić usługi fulfillment i automatów paczkowych w napędzaniu szybszych dostaw. Przejęcie XPC rozszerzyło możliwości Allegro w zakresie dostaw tego samego dnia, odbioru i dystrybucji.

1 kwietnia 2022 roku nastąpiło pełnoprawne połączenie X-press Couriers z Allegro. Zaprezentowaliśmy na rynku nową markę Allegro One Kurier, oferującą dostawę w soboty, dostawę tego samego dnia od poniedziałku do soboty, dostawę następnego dnia, dostawę One Box, dostawę tego samego dnia do One Box – unikalną dostawę na rynku, pomiędzy 20 miastami, z gwarancją dostawy (od 31.08.2022).

1.2.11. INNOWACJE NA ALLEGRO

Nowe propozycje dla kupujących i sprzedawców są zawsze wynikiem ścisłej współpracy naszych zespołów biznesowych z inżynierami, którzy projektują konkretne rozwiązania w oparciu o zaawansowane, najnowocześniejsze technologie. Inżynierowie Allegro dbają o rozwój, bezpieczeństwo i stabilność platformy, a w naszych szeregach znajdują się również zespoły zajmujące się m.in. sztuczną inteligencją i uczeniem maszynowym.

Ponad 28 000 wdrożeń Allegro.pl w 2022 roku!

Platforma Allegro cały czas się zmienia. Codziennie przeprowadzanych jest średnio 77 wdrożeń i kilka testów nowych rozwiązań.

Do najważniejszych z nich należały: Narzędzie Allegro Analytics, komercyjne uruchomienie One Fulfillment, internacjonalizacja Allegro.pl – w tym język czeski i ukraiński, a także dodatkowa droga wejścia przez Allegro.com, autoryzacje biometryczne w naszych aplikacjach, proces płatnych zwrotów, wymóg 100% nowych ofert powiązanych z Katalogiem Produktów Allegro, dostawy tego samego dnia do Allegro One Box, dostawy do klientów realizowane przez Allegro One Kurier oraz uruchomienie programu Allegro Care, a to tylko kilka z nich.

W związku z ciągłym zmianami, dbamy o regularną i przejrzystą komunikację ze sprzedającymi. Angażujemy ich w rozmowy na temat modyfikacji na platformie i informujemy o nich z wyprzedzeniem. W sumie w 2022 roku wysłano ponad 700 komunikatów.

1.2.12. ODPOWIEDZIALNA KOMUNIKACJA

Allegro priorytetowo traktuje zrównoważony rozwój i działania mające na celu zmniejszenie wpływu na środowisko. Wychodząc naprzeciw rosnącej potrzebie komunikacji dotyczącej tego zagadnienia, Allegro opracowało dokument Dobre praktyki w zielonym / zrównoważonym / ESG / CSR marketingu i komunikacji w Allegro. Dokument określa zasady prezentowania kwestii środowiskowych w komunikacji zewnętrznej, co ma pomóc w formułowaniu poprawnych i prawdziwych komunikatów i został przyjęty na początku 2023 roku po konsultacjach wewnętrznych. Określa on zasady komunikacji środowiskowej i zrównoważonego rozwoju / CSR i jest skierowany przede wszystkim do twórczyń i twórców takich komunikatów, w tym PR, CSR/ESG, Employer Brandingu, zespołów Marketingu i Komunikacji, osób zaangażowanych w Allegro Life oraz osób występujących na zewnątrz. Do zasad powinny stosować się wszystkie osoby przygotowujące treści i grafiki związane ze środowiskiem dotyczące Allegro, w tym dostawcy zewnętrzni, firmy i agencje świadczące usługi dla Allegro. Dokument uwzględnia obowiązujące przepisy i zalecenia dotyczące komunikowania kwestii środowiskowych^[1]. Celem dokumentu jest zapewnienie przejrzystej i rzetelnej komunikacji opartej na faktach i zrozumiałej dla odbiorców końcowych.

Zapewniamy bezpieczeństwo kupującym, dbamy o to, aby nasze przekazy marketingowe były zawsze jasne, jednoznaczne i prawdziwe. Tego samego wymagamy również od firm, które reklamują swoje towary na naszej platformie. Każdy musi przestrzegać Regulaminu Sprzedaży i Wyświetlania Ogłoszeń na Allegro.pl, a nasz Serwis Ogłoszeń reguluje Regulamin Serwisu Ogłoszeń.

Sprzedaż i wystawianie ogłoszeń jest regulowane przez:

- Regulamin sprzedaży i wyświetlania ogłoszeń na Allegro.pl
- Regulamin Serwisu Ads.

Firma zapewnia, że przekaz pozostaje jasny i jednoznaczny we wszystkich kanałach komunikacji z klientem, w tym w materiałach marketingowych, a model biznesowy firmy został zaprojektowany z myślą o najlepszym interesie klienta.

W grudniu 2022 roku Allegro otrzymało od Rady Reklam jedną skargę na reklamę świąteczną. Sprawa jest w toku, złożyliśmy wyjaśnienia i czekamy na odpowiedź Rady. W 2022 roku nie odnotowaliśmy ani jednego przypadku niezgodności z przepisami lub dobrowolnymi kodeksami regulującymi komunikację marketingową.

POSTĘPOWANIE WYJAŚNIAJĄCE ZWIĄZANE Z MARKETINGIEM ALLEGRO ONE

28 października 2022 r. Allegro otrzymało postanowienie o wszczęciu postępowania wyjaśniającego oraz pytania UOKiK w sprawie stwierdzeń marketingowych dotyczących usługi logistycznej Allegro One. UOKiK stara się ustalić, czy mogło dojść do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Wcześniej w tym roku, 7 lutego 2022 r., UOKiK zadał Allegro szereg pytań w tej samej sprawie w nieformalnym wniosku o udzielenie informacji dotyczących wykorzystania przez Allegro aspektów ekologicznych do promocji swoich usług w zakresie automatów paczkowych. UOKiK nie uznał wyjaśnień Allegro za wystarczające uzasadnienie stwierdzeń podawanych w ramach strategii marketingowej i prowadzi dalsze postępowanie wyjaśniające. Postępowanie wyjaśniające jest etapem wstępnym, który nie musi prowadzić do wszczęcia formalnego postępowania przeciwko Allegro. Jeżeli Prezes UOKiK zdecyduje się na dalsze działania w sprawach objętych postępowaniem wyjaśniającym, musi wszcząć przeciwko Allegro postępowanie w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów (zakres postępowania wyjaśniającego nie wskazuje precyzyjnego zarzutu).

[1] Projekt dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady zmieniającej dyrektywę 2005/29/WE [w sprawie nieuczciwych praktyk handlowych] i 2011/83/UE [w sprawie praw konsumentów] w zakresie wzmocnienia pozycji konsumentów w zakresie zielonej transformacji poprzez lepszą ochronę przed nieuczciwymi praktykami i lepsze informacje (COM(2022) 143 final z 30.03.2022): wytyczne Komisji Europejskiej w sprawie interpretacji i zastosowania Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady zmieniającej dyrektywę 2005/29/WE w sprawie nieuczciwych praktyk handlowych w stosunku do konsumentów na rynku wewnętrznym (w szczególności 4.1.1. "Roszczenia środowiskowe")

1.3. Nasz wkład w gospodarkę

450,3 milionów zł:

zapłacony przez Grupę podatek dochodowy
w roku obrotowym 2022 (źródło: Raport roczny Allegro.eu)

Polityka podatkowa spółki holdingowej Allegro.eu i jej podmiotów zależnych opiera się na przestrzeganiu wszystkich obowiązków wynikających z przepisów prawa. Grupa uiszcza należności podatkowe w wymaganym terminie oraz w wymaganej wysokości, a także składa należne deklaracje i informacje podatkowe. Wysokość należności podatkowych określana jest w szczególności na podstawie rzeczywistego przebiegu zdarzeń gospodarczych. Grupa przestrzega szeregu wewnętrznych procedur obowiązujących w poszczególnych spółkach, a raporty z realizacji tej strategii są zgodnie z obowiązującym w Polsce prawem jawne i dostępne na stronach korporacyjnych pod adresem Allegro.pl^[3] oraz Ceneo.pl^[2].

Prowadzona przez Grupę sprawozdawczość podatkowa promuje wiarygodność jej podmiotów wśród inwestorów i innych interesariuszy oraz buduje zaufanie do spółek Grupy. Działania Grupy w obszarze podatkowym są spójne ze strategią biznesową, a wizerunek odpowiedzialnego podatnika wpisuje się w szeroki kontekst zrównoważonego rozwoju organizacji.

Przegląd strategii podatkowej Grupy odbywa się na bieżąco i dokonywany jest przez Zespół Podatkowy w bliskiej współpracy z zarządem. Nadzór nad systemami: zapewnienia zgodności, kontroli wewnętrznej oraz zarządzania ryzykiem, w tym w zakresie podatków, oraz nad rzetelnością raportowanych informacji finansowych sprawuje w strukturze Grupy Komitet Audytu. Komitet Audytu dokonuje również niezależnej oceny skuteczności powyższych systemów.

Biorąc pod uwagę skalę i zakres działalności Grupy nie jest możliwe uniknięcie wszelkich ryzyk podatkowych, wynikających chociażby z częstych zmian regulacji podatkowych oraz poziomu ich skomplikowania. Spółki starają się maksymalnie ograniczyć ryzyko podatkowe poprzez działania zgodne z literą i duchem prawa podatkowego oraz współpracę z renomowanymi spółkami doradztwa podatkowego oraz kancelariami prawnymi.

W przypadku powstania wątpliwości co do stosowania regulacji podatkowych Grupa korzysta ze wsparcia profesjonalnych zewnętrznych doradców podatkowych i prawnych oraz korzysta z instytucji interpretacji podatkowej. Ponadto Grupa podlega pod obowiązek corocznego badania sprawozdania finansowego, wykonywanego przez zewnętrznego i niezależnego uprawnionego podmiot.

Za pośrednictwem organizacji branżowych oraz we własnym imieniu spółki Grupy Allegro.eu uczestniczą w procesie legislacji europejskiej i polskiej oraz opiniują na etapie konsultacji projekty zmian w przepisach dotyczących podatków.

Wszyscy pracownicy Grupy mają możliwość zgłaszania obaw dotyczących nieetycznego lub niezgodnego z prawem zachowania organizacji w zakresie podatków za pośrednictwem systemu informowania o potencjalnych nieprawidłowościach. System gwarantuje poufność i bezpieczeństwo osób zgłaszających przypadki nieprawidłowości, w tym ochronę przed działaniami odwetowymi. Jest otwarty i dostępny dla każdego w firmie (zgłoszenia można również składać anonimowo za pomocą specjalnego formularza dostępnego online).

Grupa realizuje wszystkie przewidziane przepisami działania w zakresie współpracy z organami podatkowymi. Spółki w sposób transparentny przekazują organom podatkowym kompletne informacje związane z rozliczeniami podatkowymi oraz terminowo udziela dodatkowych informacji na żądanie władz podatkowych.

Grupa publicznie przekazuje informacje o należnościach podatkowych w okresowych raportach finansowych. Grupa nie prowadzi polityki fiskalnej w krajach uznawanych za raje podatkowe.



[1] <https://allegro.pl/zobacz/informacja-o-realizacji-strategii-podatkowej>

[2] https://info.ceneo.pl/Brands/infoceneo/Ceneo_informacja_o_strategii_2020.pdf,
https://info.ceneo.pl/Brands/infoceneo/Ceneo_informacja_o_strategii_2021.pdf

2. Ludzie i kultura organizacyjna

2.1. Odpowiedzialne miejsce pracy

2.1.1. KLUCZOWE DANE I WYNIKI W OBSZARZE ODPOWIEDZIALNEGO MIEJSCA PRACY

- 7 840 osób zatrudnionych w Grupie Allegro.eu
- 82% zatrudnionych stwierdziło, że poleciliby Allegro jako świetne miejsce pracy
- 1 159 pracownic i pracowników zaangażowanych w wolontariat pracowniczy
- Równość wynagrodzeń: różnica w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn wynosi poniżej 5% (wynagrodzenie kobiet w stosunku do wynagrodzenia mężczyzn (mężczyźni=100%) wynosi 95,12%)
- 85% zatrudnionych postrzega Allegro jako miejsce pracy, w którym każdy jest szanowany bez względu na płeć, wiek czy inny wymiar różnorodności
- prawie 14,4 tys. działań rozwojowych (m.in. warsztaty wewnętrzne i zewnętrzne, webinaria, e-learning, konferencje, sesje coachingowe itp.) i 92% osób zatrudnionych, którzy wzięli udział w przynajmniej jednym szkoleniu

Naszym strategicznym celem jest zapewnienie różnorodnym pracowniczkom i pracownikom najlepszego miejsca do rozwijania ich pełnego potencjału. Cztery najważniejsze priorytety w obszarze Różnorodności i równego traktowania dotyczą obecnie różnic w wynagrodzeniu ze względu na płeć i możliwości rozwoju kariery, narodowości (dostęp ujednoliconych procesów i mechanizmów w języku angielskim), reprezentacji wiekowej/pokoleniowej oraz neuroróżnorodności.

Nasz wskaźnik płciowej luki płacowej dla Działalności w Polsce pokazuje poprawę w niwelowaniu nierówności pomiędzy mężczyznami i kobietami, i zmniejszył się z 5,7% w 2021 r. do 4,88% w 2022 r. Kontynuujemy przegląd naszych wewnętrznych procesów, aby zapewnić ich uczciwość i przejrzystość.

Ponieważ w zeszłym roku Allegro przejęło Grupę MALL i WE|DO, niezwykle ważne było, aby jeszcze bardziej skupić się na komunikacji do zespołów i ujednolicić ten proces we wszystkich sześciu krajach, w których działamy. Większość, bo 66,8%, naszych pracowników w Polsce, to osoby w wieku od 30 do 50 lat, 36,9% to osoby poniżej 30 roku życia, a tylko 1,3% to osoby powyżej 50. roku życia. Podejmujemy działania mające na celu dywersyfikację naszych pracowników i pracowniczek, tak aby reprezentowane były różne pokolenia.

Latem 2022 roku pilotażowo uruchomiliśmy Program Neuroróżnorodności, którego celem jest podniesienie poziomu wiedzy w organizacji na temat neuroróżnorodności oraz tego, jak najlepiej odpowiadać na różne potrzeby neuroróżnorodnych pracowników i klientów. Naszą intencją jest dalszy rozwój programu, aby wdrożyć go w całej organizacji.

Allegro wspiera wolontariat pracowniczy. 1 sierpnia 2022 roku firma wprowadziła dzień wolny na wolontariat pracowniczy. W ciągu pierwszych 5 miesięcy trwania programu (do grudnia 2022) 272 pracowniczek i pracowników zaangażowało się w różne działania społeczne (łącznie 2 176 godzin). Angażowali się w działania takie jak: organizowanie zajęć dla harcerzek i harcerzy, sadzenie roślin z organizacjami ekologicznymi, porządkowanie schronisk dla zwierząt, pomoc osobom w kryzysie uchodźczym, przygotowywanie prezentów dla rodzin w trudnej sytuacji, organizowanie zajęć dla placówek oświatowych czy sortowanie żywności w bankach żywności.

W badaniu z 2022 roku przeprowadzonym wśród zatrudnionych w ramach Działalności w Polsce 82% badanych stwierdziło, że poleciliby Allegro jako świetne miejsce do pracy.

2.1.2. ZESPÓŁ ALLEGRO

Tworzymy wymagające, ale przyjazne środowisko pracy, wspieramy rozwój zawodowy i osobisty naszych pracowniczek i pracowników oraz dbamy o równe szanse we wszystkich aspektach zatrudnienia. Poniższa tabela przedstawia naszą strukturę zatrudnienia.

Na koniec 2022 roku cały zespół Grupy Allegro.eu liczył 7 840 osób, o 2 992 osoby więcej niż rok wcześniej, ponieważ Allegro przejęło Grupę Mall. Zespół w ramach Działalności w Polsce liczył 4 986 osób (o 141 więcej niż rok wcześniej).

Aby zintegrować spółki w ramach Grupy Allegro.eu, zbadaliśmy nasze różnice kulturowe poprzez globalne badanie Culture Survey. W badaniu wzięło udział

ponad 7 tysięcy osób z Grupy. Badanie to pokazało, że w większości wyznajemy te same wartości. Różnice w kulturze organizacyjnej pomiędzy regionami widoczne są w hierarchii tych wartości. Transparentność i elastyczność to najbardziej cenione elementy naszej kultury we wszystkich krajach.

Allegro zajmuje siódme miejsce wśród najlepszych pracodawców w Polsce, a pierwsze w kategorii handel detaliczny, w rankingu Forbesa Poland's Best Employers 2022. Allegro zostało również wyróżnione przez Financial Times i Statista wśród Liderów Różnorodności. Cieszymy się z naszego sukcesu tym bardziej, że zawdzięczamy go w dużej mierze głosom naszych pracowników.

STRUKTURA ZATRUDNIENIA ^[1]

Rodzaje umów	Grupa A		Działalność w Polsce					
	2022		2022		2021		2020	
Umowa o pracę	5 930	75,6%	4 054	81,3%	3 613	74,5%	2 721	82,7%
<i>w tym kobiety</i>	2 691	45,4%	1 798	44,5%	1 545	42,8%	1 133	41,6%
<i>w tym mężczyźni</i>	3 239	54,6%	2 256	55,5%	2 068	57,2%	1 588	58,4%
Kontraktorzy (B2B)	684	8,7%	543	10,1%	535	11,0%	240	7,3%
Agencje pracy i usługi zewnętrzne	1 226	15,6%	389	7,8%	700	14,4%	328	10,0%
RAZEM	7 840	100%	4 986	100%	4 848	100%	3 289	100%

[1] Dane obejmują aktywnych i zawieszonych pracowników.

Forma zatrudnienia w podziale na płeć	Grupa		Działalność w Polsce					
	2022		2022		2021		2020	
Umowy o pracę na czas nieokreślony	87,7%	5 191	85,4%	3 462	85,4%	2 868	79,4%	2 162
Umowy o pracę na czas określony	12,3%	729	14,6%	592	14,6%	745	20,6%	559
Umowy o pracę na czas nieokreślony – kobiety	37,0%	2 191	36,7%	1 489	36,7%	1 200	33,2%	874
Umowy o pracę na czas określony – kobiety	6,4%	381	7,6%	309	7,6%	343	9,5%	264
Umowy o pracę na czas nieokreślony – mężczyźni	50,7%	3 000	48,7%	1 973	48,7%	1 669	46,2%	1 286
Umowy o pracę na czas określony – mężczyźni	5,9%	348	7%	283	7%	401	11,1%	297
Miejsce pracy								
			2022		2021		2020	
Polska			4 022		4 839		3 281	
Czechy			2 254		—		—	
Węgry			24		—		—	
Słowenia			475		—		—	
Słowacja			56		—		—	
Chorwacja			44		—		—	
Inne			32		9		8	
Razem			6 907 ^[1]		4 848		3 289	

[1] Brak informacji o lokalizacjach pracowników kontraktowych w Polsce

Zatrudnienie w Spółkach Grupy	2022	2021	2020
Allegro.eu	7	7	6
Allegro Finance	10	10	3
Allegro Treasury	2	2	2
Allegro	4 421	4 212	2 933
Ceneo.pl	233	219	198
Allegro Pay	161	126	61
eBilet	69	59	56
Opennet	79	67	30
Xpress Couriers (do 1.04.2022 czyli połączenia z Allegro)	—	141	—
Skynet Custom Brokers	4	5	—
Mall Grupa a.s.	6	—	—
Internet Mall a.s.	1 525	—	—
Internet Mall Hungary Kft.	24	—	—
Mimovrste, spletna trgovina d.o.o.	475	—	—
Internet Mall Slovakia s.r.o.	53	—	—
Internet Mall d.o.o.	44	—	—
Netretail Sp. z o.o. v likvidaci	1	—	—
CZC.cz s.r.o	326	—	—
WE DO CZ s.r.o	391	—	—
WE DO SK s.r.o	6	—	—
LGSTCS a.s. – AMG Media a.s.;	3	—	—
Grupa	7 840	4 848	3 289

2.1.3. ALLEGRO FACTORS I ALLEGRO ESSENTIALS

Poziomy Kariery to system, który klasyfikuje wszystkie role w Allegro. Jego celem jest wprowadzenie przejrzystości i uporządkowanie naszej wewnętrznej struktury stanowisk oraz zapewnienie pracownikom jasnej wizji ich ścieżki kariery w firmie. Zdefiniowaliśmy dziesięć poziomów kariery. Wybraliśmy pięć ważnych kompetencji, które nazwaliśmy Allegro Factors. Jest to pięć kompetencji, które są pożądane w Allegro: Wpływ na biznes, Zarządzanie złożonością, Zarządzanie sobą i/lub zespołem, Precyzyjna komunikacja oraz Wiedza ekspercka. Liczba czynników weryfikowanych podczas rekrutacji zależy od Poziomu Kariery. Wszystkie procesy rekrutacyjne uwzględniają ocenę Allegro Factors.

Allegro Essentials to wartości, które towarzyszą nam w codziennej pracy. Określają one spójny zestaw postaw i zachowań wspólnych dla wszystkich pracowników Allegro. Są to:

1. Sięgamy wysoko
2. Koncentrujemy się na kliencie
3. Działamy zwinnie
4. Jesteśmy ciekawi, uczymy się i dbamy o rozwój
5. Pomagamy innym osiągnąć sukces
6. Szanujemy się i jesteśmy wobec siebie szczerzy

Allegro Essentials to swoisty drogowskaz budujący naszą unikalną kulturę organizacyjną i tworzący atmosferę sukcesu, która pcha nas do przodu. Innymi słowy, Allegro Essentials stanowią spójny obraz tego, co sprawia, że odnosimy sukcesy w Allegro. Są one opisane w jasny sposób, aby każdy mógł je rozpoznać i zastosować.

2.1.4. SZKOLENIA I ROZWÓJ

Chcemy, aby Allegro było miejscem pełnym wyzwań i możliwości dla naszych pracowników. Każdemu zapewniamy wsparcie w rozwoju zawodowym, gwarantujemy równe szanse we wszystkich aspektach zatrudnienia oraz oferujemy konkurencyjne wynagrodzenie i benefity. W zamian oczekujemy ambicji zawodowej i chęci rozwoju, umiejętności radzenia sobie w szybko zmieniającym się i złożonym środowisku oraz świadomości, że nasza praca, innowacje i rozwiązania mają wpływ na codzienne zakupy milionów konsumentów.

Rozwój zawodowy pracowników jest kluczowy dla rozwoju Grupy. We współpracy z wewnętrznymi i zewnętrznymi trenerkami i trenerami, przygotowaliśmy dla nich duży wybór szkoleń, warsztatów i konferencji, dostępnych poprzez specjalne platformy rozwojowe, takie jak MindUp. Udostępniamy szkolenia z tzw. umiejętności miękkich, szkolenia techniczne, programy menedżerskie i narzędzia rozwojowe, takie jak mentoring, coaching, testy psychologiczne itp.

W 2022 w ramach Działalności w Polsce przeprowadziliśmy 14 425 działań rozwojowych (np. warsztaty wewnętrzne i zewnętrzne, webinaria, e-learningi, konferencje, sesje coachingowe itp.), w których łącznie wzięło udział 27 468 uczestników (3 713 unikalnych uczestników). Średnio na jednego zatrudnionego przypadało 36 godzin szkoleń, w porównaniu do 6,2 godziny w 2021 r. W 2022 r. średnia liczba godzin szkoleniowych na kobietę wyniosła 38,48, a w przypadku mężczyzn 33,29.

W 2022 r. w Działalnościach w Polsce, pracownice uczestniczyły w podobnej liczbie szkoleń jak w roku poprzednim, biorąc pod uwagę wzrost zatrudnienia. 44,35% zatrudnionych to kobiety, a kobiety stanowią 46,71% uczestniczek szkoleń.

Dane dotyczą tylko Allegro, Allegro Pay, Allegro Finance i częściowo eBilet, który ma ograniczony dostęp do platformy MindUp oraz Ceneo, które gromadzi i zarządza danymi dotyczącymi szkoleń osobno. Pozostałe firmy nie mają dostępu do platformy, z której pochodzą dane.

Działania rozwojowe dla wszystkich pracowników obejmują:

- działania podzielone na 3 grupy: dla (1) indywidualnych współpracowników i współpracowniczek, (2) liderki i liderów oraz menedżerki i menedżerów zespołów, (3) menedżerki i menedżeów wyższego szczebla, dodatkowo podzielone na działania poświęcone rozwojowi kluczowych kompetencji zwanych Allegro Factors (np. Wpływ, Zarządzanie złożonością, Komunikacja)
- inne narzędzia rozwojowe, np. mentoring, coaching, centra oceny i rozwoju oraz testy psychologiczne takie jak Extended DISC czy ocena CliftonStrengths
- krótkie formy kształcenia, np. webinaria, kursy e-learningowe, artykuły
- warsztaty w ramach wyspecjalizowanych programów nauczania, np. Commerce Academy, CX Leader Academy, DEX Academy
- formularze zgłoszeniowe na pokrycie kosztów wydarzeń zewnętrznych, w tym konferencji, szkoleń, a także studiów i studiów podyplomowych – zgodnie z wewnętrznym regulaminem
- zajęcia językowe
- program onboardingowy dla nowych osób dołączających do organizacji

Dodatkowo prowadzimy projekt JUICE, w ramach którego zapraszamy inspirujących gości na spotkania z pracownikami Allegro, oraz Akcją Zdrowie, warsztaty i wykłady dotyczące dobrego samopoczucia i zdrowego stylu życia.

WSPIERANIE DZIELENIA SIĘ WIEDZĄ I MOBILNOŚCI WEWNĘTRZNEJ

Allegro prowadzi program mentorski oraz program mobilności wewnętrznej, w ramach którego pracownicy czasowo zmieniają miejsce pracy na okres od dwóch tygodni do trzech miesięcy. Głównymi celami tego programu są:

- wspieranie dzielenia się wiedzą między zespołami, tak aby uczestniczki i uczestnicy mogli poznać inny obszar działalności i wykorzystać tę wiedzę w swoich projektach po powrocie do swoich zespołów
- zatrzymanie utalentowanych pracowniczek i pracowników. Jeśli pracownik rozważa zmianę pracy, może najpierw sprawdzić, jak pasowałby do innego projektu, zanim zdecyduje się na zmianę pracodawcy
- wspieranie zmian w jednostce biznesowej/organizacyjnej. W programie może wziąć udział każdy pracowniczka i pracownik, pod warunkiem, że zarówno jego obecny, jak i przyszły przełożony wyrażą na to zgodę, a wszystkie zaangażowane strony na tym skorzystają

WSPIERANIE STUDIÓW I CERTYFIKACJI

Ważnym elementem naszej oferty rozwoju zawodowego jest wsparcie finansowe udzielane osobom zatrudnionym chcącym kształcić się i zdobywać kwalifikacje zawodowe na renomowanych uczelniach, a także możliwość udziału w płatnych konferencjach czy indywidualnych sesjach coachingowych.

Celem tych działań jest zwiększenie bazy eksperckiej w określonych obszarach funkcjonalnych, zapewnienie dostępu do najbardziej aktualnej wiedzy, wypełnienie obowiązków prawnych o konieczności podwyższania kompetencji zawodowych osób zatrudnionych, a także wsparcie indywidualnego rozwoju zawodowego wybranych pracowników, aby mogli wesprzeć rozwój i sukces Allegro.

Do najczęściej spotykanych programów certyfikacyjnych należą między innymi: ACCA, znana na całym świecie certyfikacja bezpieczeństwa, szkolenia prawnicze, certyfikacja audytorów wewnętrznych (CIA), certyfikacja Salesforce itp. W 2022 roku nasi pracownicy i pracownicy oraz liderki i liderzy kształcili się podyplomowo m.in. Uniwersytet Stanforda, Politechnika Warszawska, Szkoła Wyższa Psychologii Społecznej (SWPS), Akademia Leona Koźmińskiego, Wyższe Szkoły Bankowe, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu itp.

DZIAŁANIA ROZWOJOWE DLA MENEDŻEREK I MENEDŻERÓW ORAZ LIDEREK I LIDERÓW

Allegro prowadzi wiele programów działań rozwojowych i szkoleń, na wszystkich szczeblach menedżerskich, takich jak:

- Coaching i Mentoring
- Leadership Program
 - dla senior liderek i liderów – prowadzenie zespołów przez transformację i cyfrowe zakłócenia (4 edycje, 38 osób w 2022 r.)
 - dla menedżerek i menedżerów – komunikacja wysokiego wpływu (2 edycje, 17 osób w 2022 r.)
 - dla początkujących liderek i liderów – płynne przechodzenie do ról przywódczych (6 edycji, 88 uczestników w 2022 r.)
- Oferta szkoleniowa:

- Praca z zaangażowaniem,
- Ciągła informacja zwrotna,
- Efektywność operacyjna i osobista,
- Lider z wizją – sprzedawca wizji,
- Stres to wróg i przyjaciel – jak budować odporność emocjonalną lidera,
- Skuteczne delegowanie zadań,
- Przywództwo oparte na mocnych stronach

Zakres tego programu szkoleniowego obejmuje Allegro Factors: wpływ na biznes, przywództwo, zarządzanie złożonymi problemami, jasne i pozytywne komunikowanie się oraz dobre samopoczucie. Uczestniczki i uczestnicy mieli możliwość rozwijania umiejętności przywódczych: efektywnej komunikacji, przekazywania skomplikowanych informacji, komunikacji perswazyjnej i motywowania innych do działania, reagowania na sytuacje stresowe i inspirowania innych do akceptacji zmian.

Podsumowanie szkoleń z zakresu rozwoju menedżerów i przywództwa w 2022 roku:

- wśród liderek i liderów oraz menedżerek i menedżerów zespołów we wszystkich szkoleniach wzięło udział łącznie 4 173 uczestników i uczestniczek, czyli łącznie 506 osób,
- wśród menedżerek i menedżerów wyższego szczebla i dyrektorek i dyrektorów we wszystkich szkoleniach wzięło udział łącznie 996 uczestników i uczestniczek, czyli łącznie 178 osób.

Tabela przedstawia dane dla Działalności w Polsce, ze względu na brak danych z segmentu Mall. Integrujemy nasze systemy gromadzenia danych. Dane dla całej Grupy będą dostępne w najbliższych latach.

Wszytkie szkolenia ^[1]	Grupa		Działalność w Polsce	
	2022	2022	2021	2020
Całkowita liczba uczestników szkoleń	27 886	27 468	4 107	5 247
% Kobiety	47%	47%	45%	45%
% Mężczyźni	53%	53%	55%	55%
Liczba jednorazowych udziałów	4 131	3 713	1 726	1 416
% osób, którzy uczestniczyli w co najmniej jednym szkoleniu	67,3%	92%	55%	59%
# Kobiety	n/d	1 608	726	638
# Mężczyźni	n/d	2 106	1 000	778
Średnia godzin szkoleń na osobę	n/d	36	6,2	8,2
Średnia godzin treningu wśród kobiet	n/d	38,5	6,4	9,4
Średnia godzin treningu wśród mężczyzn	n/d	33,3	6,0	8,6

ALLEGRO TECH MEETING (ATM)

Od 15 lat organizujemy dużą wewnętrzną konferencję technologiczną – Allegro Tech Meeting. Celem konferencji jest stworzenie przestrzeni do dzielenia się wiedzą i wymiany najlepszych praktyk dla wszystkich zespołów technologicznych w organizacji. Pierwotnie konferencja była zorganizowana z myślą o pracowniczkach i pracownikach Allegro, jednak od 2021 roku udostępniłyśmy ją szeroko publiczności.

W 2022 roku na wydarzenie zarejestrowało się ponad 1800 osób, które uczestniczyły w nim za pośrednictwem kanałów online i offline.

W programie znalazło się 60 prezentacji i Lightning Talks w 6 blokach tematycznych (Big Data & ML, Security & soft Skills, Software, Infrastructure & Cloud, Frontend & Mobile, PM & UX) a w ich przygotowanie zaangażowanych było łącznie 76 prelegentek i prelegentów

Wszelkie zasady i regulacje dotyczące rozwoju pracowników zawarte są w Regulaminach Pracy, Regulaminach Szkoleń oraz Warunkach Uczestnictwa w Szkoleniach Pracowników obowiązujących w Allegro, Allegro Pay Sp. z o.o. i Allegro Finanse Sp. z o.o.; Studia Podyplomowe – Warunki umów o szkolenie.

[1] Dane dotyczą aktywnych pracowników.

2.1.5. OCENA PRACOWNIKÓW I CIĄGŁY ROZWÓJ

Zarządzanie wydajnością to proces, w którym indywidualne wyniki każdej zatrudnionej osoby mogą być konsekwentnie oceniane na podstawie obiektywnej, rzeczowej i opartej na dowodach informacji zwrotnej w odniesieniu do celów biznesowych i demonstrowanych zachowań. Pracownicy i pracowniczki są oceniani dwa razy w roku.

Ścieżka awansu jest ściśle powiązana z oceną pracowników i opiera się na obiektywnej ocenie poziomu kompetencji i umiejętności, w oparciu o zestaw szczególnie dla nas istotnych kryteriów (takich jak wpływ na pracę organizacji, konieczność analitycznego i innowacyjnego rozwiązywania złożonych problemów, komunikatywność i wiedza ekspercka).

Poniższe dane dotyczące przeglądów wyników i rozwoju kariery prezentowane są tylko dla Działalności w Polsce, ze względu na brak danych dla Segmentu Mall. Pracujemy nad integracją naszych struktur i systemów zbierania danych^[1].

Ocena ^[2]	Działalność w Polsce		
	2022	2021	2020
Odsetek ocenianych osób zatrudnionych	95,7%	94,7%	93,9%
<i>Kobiety</i>	95,5%	91,3%	86,4%
<i>Mężczyźni</i>	95,9%	97,0%	99,3%
Poziom ekspercki i specjalistyczny	95,9%	95,3%	—
<i>Kobiety – ekspertki i specjalistki</i>	94,6%	92,2%	—
<i>Mężczyźni – eksperci i specjaliści</i>	96,9%	97,1%	—
Poziom menedżerski	96,1%	96,0%	—
<i>Kobiety – menadżerki</i>	97,2%	92,0%	—
<i>Mężczyźni – menadżerowie</i>	95,6%	97,7%	—

Wszelkie zasady i regulacje dotyczące rozwoju pracowników zawarte są w Regulaminach Pracy, Regulaminach Szkoleń oraz Warunkach Uczestnictwa w Szkoleniach Pracowników obowiązujących w Allegro, Allegro Pay Sp. z o.o. i Allegro Finanse Sp. z o.o.; Studia Podyplomowe – Warunki umów o szkolenie.

[1] Dane obejmują aktywnych pracowników zatrudnionych na umowę o pracę.

[2] Z wyłączeniem pracowników eBilet oraz pracowników na okresie próbnym.



2.1.6. WYNAGRODZENIE I ŚWIADCZENIA PRACOWNICZE

W Allegro staramy się przyciągać i zatrzymywać najbardziej utalentowanych ludzi. Rekrutujemy najlepsze kandydatki i najlepszych kandydatów z dużym potencjałem rozwoju. Naszym pracownikom i pracownikom oferujemy możliwość udziału w dużych i złożonych projektach, szerokie możliwości rozwoju oraz konkurencyjny pakiet wynagrodzeń.

Po przejęciu Mall Grupa i WE|DO zaprojektowaliśmy organizację Grupy i połączyliśmy niektóre funkcje w całym regionie. W rezultacie dokonujemy przeglądu zasad wynagrodzeń i odpowiednio dostosowujemy narzędzia nagradzania. Rozpoczęliśmy wieloletnią drogę do wyrównania wynagrodzeń.

Oceniamy wszystkie stanowiska pracy w oparciu o jedną z wiodących metodologii rynkowych. Regularnie korzystamy z benchmarkingu i na podstawie danych rynkowych regularnie przeprowadzamy rewizje wynagrodzeń. Naszym celem jest, aby nasze wynagrodzenie było konkurencyjne w porównaniu z praktyką rynkową. Motywujemy pracowniczkę i pracowników zarówno poprzez składniki stałe, jak i części zmiennie – wykorzystując premie pieniężne jako zachęty krótkoterminowe (STI) oraz długoterminowe programy motywacyjne oparte na akcjach (LTI) do określonych krótkoterminowych i długoterminowych zachęt. Oferujemy szereg benefitów, zapewniając elastyczność umożliwiającą pracownikom wybór, ale także obejmującą podstawowe standardy pracy.

Koszty osobowe w polskich spółkach wzrosły o 202,0 mln zł, czyli o 36,4%, z 555,2 mln zł w 2021 roku do 757,2 mln zł w 2022 roku. Ten wzrost r/r wynikał ze wzrostu zatrudnienia w połączeniu z szybszym wzrostem wynagrodzeń zasadniczych. Wraz z kosztami pracowniczymi segmentu Mall w 2022 r. w wysokości 258,6 mln zł, koszty osobowe netto skonsolidowanej Grupy osiągnęły 1 015,8 mln zł w 2022 r.

OCENA FIRMY I AUDYT WYNAGRODZEŃ

W Allegro przeprowadzamy coroczny proces przeglądu wynagrodzeń. W 2021 roku przeprowadzono niezależny audyt wewnętrzny oceny stanowisk. Uwagi Audytu Wewnętrznego dotyczące: kalkulacji benchmarkingu wynagrodzeń, procesu przeglądu okresowego oraz szkolenia z metodyki oceniania/wyceny dla wszystkich kierowniczek i kierowników liniowych zostały uwzględnione począwszy od III kwartału 2022 roku.

Allegro zapewnia prawo do płacy minimalnej lub płacy wystarczającej na życie zgodnie z krajowymi przepisami prawa pracy. Wynagrodzenie każdej osoby zatrudnionej w Grupie jest wyższe od krajowej płacy minimalnej. Polityka Wynagradzania jest częścią Regulaminu Wynagradzania.

BENEFITY PRACOWNICZE

Oprócz konkurencyjnego wynagrodzenia, każda osoba zatrudniona w ramach Działalności w Polsce ma dostęp do atrakcyjnych benefitów. Poza podstawowymi benefitami (np. opcja dodatkowego ubezpieczenia zdrowotnego) postanowiliśmy zachować perspektywę lokalną i dostosować menu benefitów do lokalnych standardów rynkowych. Można je dostosować do indywidualnych preferencji. Stale poszerzamy listę benefitów oferowanych naszym zespołom w ramach kafeterii.

W spółkach zlokalizowanych w Polsce pracowniczki i pracownicy mogą wybierać najbardziej atrakcyjne benefity za pomocą przyznawanych im co miesiąc punktów kredytowych:

- opieka medyczna dla zatrudnionych i ich bliskich
- karty sportowe dla zatrudnionych i ich dzieci oraz ewentualnie najbliższych
- dofinansowanie przedszkola, żłobka lub opieki nad dzieckiem
- dodatek transportowy lub firmowe miejsce parkingowe, bilet okresowy na autobus lub paliwo

- karta restauracyjna uprawniająca do korzystania z usług cateringowych w biurze lub w pobliskich restauracjach
- bony zakupowe, bilety do kina i wiele innych.

Dodatkowo nasze pracownice i nasi pracownicy mogą wykupić ubezpieczenie na życie w preferencyjnej cenie nie tylko dla siebie, lecz także dla partnera czy partnerki i dzieci.

Wśród benefitów, które oferujemy znajdują się również kupony Secret Santa, upominki z okazji Dnia Dziecka i Świąt, Allegro Smart! bony, gadżety i upominki na imprezach firmowych, a także owoce i warzywa z dostawą do biura.

Co roku wspólnie z dziećmi naszych pracownic i pracowników obchodzimy Dzień Dziecka we wszystkich lokalizacjach. Wydarzenie obejmuje wiele atrakcji, takich jak warsztaty plastyczne, zabawy z animatorami dla dzieci, słodczyce itp. W 2022 roku impreza odbywała się we wszystkich lokalizacjach, w których Allegro ma swoje biura. Pracowniczki i pracownicy pracujący w magazynie i przestrzeniach coworkingowych, którzy nie mogli uczestniczyć w wydarzeniu stacjonarnym, otrzymali vouchery. Pracownicy Ceneo i eBilet otrzymali również bony i upominki.

DOBRA PRAKTYKA

Firmowe przedszkole i żłobek „WOW” dla dzieci pracowników Allegro w Poznaniu dysponuje 80 miejscami w trzech grupach przedszkolnych i 40 w żłobku. Program edukacyjny ukierunkowany jest na wszechstronny rozwój dzieci, które uczestniczą w licznych zajęciach muzyczno-ruchowych (rytmika, taniec, sport, muzykoterapia), językowych (angielski) i plastycznych. Program jest dodatkowo urozmaicony spektaklami teatralnymi i kreatywnymi warsztatami na temat zdrowego stylu życia, środowiska, zrównoważonego rozwoju i inne

2.1.7. REKRUTACJA TALENTÓW

Rekrutacja jest jednym z najważniejszych procesów wpływających na zdolność Allegro do osiągnięcia celów biznesowych i znacząco kształtuje naszą kulturę. Mając świadomość, że proces rekrutacji wpływa na wybór najlepszych ekspertek i ekspertów w Allegro, standaryzujemy ten proces w Grupie, zapewniając spójny i wysoce selektywny proces rekrutacji w Allegro, Mall i WE|DO.

Proces rekrutacji wspierany jest przez tzw. Hiring Squad, czyli grupę specjalistek i specjalistów z różnych dziedzin i na różnych szczeblach kariery, których zadaniem jest dokonanie ostatecznego wyboru osoby, która zostanie zatrudniona. Członkowie Hiring Squad zapewniają obiektywność procesu rekrutacji poprzez zbiorową decyzję o zatrudnieniu. Procesy rekrutacyjne różnią się w zależności od stanowiska, ale większość z nich obejmuje ustandaryzowane rozmowy behawioralne oparte na kompetencjach, narzędzia oceny online i/lub odpowiedni test kompetencji technologicznych.

Dokładamy wszelkich starań, aby proces rekrutacji przynosił pozytywne doświadczenia wszystkim kandydatkom i kandydatom. Wierzymy, że aktywnie wsłuchując się w potrzeby i opinie naszych kandydatek i kandydatów stajemy się atrakcyjniejszym pracodawcą.

Niezależnie od wyniku rekrutacji każda kandydatka i każdy kandydat do pracy w Allegro otrzymuje informację zwrotną. Szczególną uwagę poświęcamy zwłaszcza tym osobom, których ostatecznie nie zatrudniliśmy. Wskazujemy im luki kompetencyjne oraz sugerujemy materiały, które mogłyby wspomóc wypełnienie tych luk, na użytek sytuacji, gdyby kandydat lub kandydatka zdecydowali się aplikować do Allegro ponownie (dotyczy obszaru technologicznego).

Mierzymy NPS osób ubiegających się o pracę (74 w 2022 r.) oraz menedżerek i menedżerów ds. rekrutacji (78 w 2022 r.) oraz aktywnie ulepszymy nasze procesy i doświadczenia kandydatek i kandydatów dzięki informacjom zwrotnym.

Jedną z najlepszych zachęt do podjęcia pracy w naszej organizacji są rekomendacje naszych dotychczasowych pracowniczek i pracowników. Zgodnie z badaniami wewnętrznymi, 82% zatrudnionych zarekomendowałoby Allegro jako świetne miejsce pracy.

NOWI PRACOWNICY I NOWE PRACOWNICZKI

W 2022 roku 1 168 osób wzięło udział w dwudniowym onboardingu, włączywszy 56 osób powracających do pracy po długiej nieobecności.

Poniższe tabele zawierają dane dla polskich działalności, z racji braku danych z Segmentu Mall. Jesteśmy w trakcie integracji danych wewnętrznych. Dane dla całej Grupy będą dostępne w nadchodzących latach.

Nowo przyjęte osoby	Grupa		Działalność w Polsce					
	2022		2022		2021		2020	
Kobiety	690	46,2%	45,19%	456	42,4%	506	42,3%	289
Mężczyźni	802	53,8%	54,81%	553	57,6%	687	57,7%	394
Poniżej 30. roku życia	724	48,5%	46,38%	468	54,7%	652	60,6%	414
31–50 lat	741	49,7%	52,53%	530	44,4%	530	39,4%	220
Powyżej 50. roku życia	27	1,8%	1,09%	11	0,9%	11	0%	0
Ogółem	1 492	100%	100%	1 009	100%	1 193	100%	683

Wskaźnik rotacji	Działalność w Polsce		
	2022	2021	2020
Ogółem	16,33%	14,2%	8,9%
Kobiety	13,42%	13,5%	9,3%
Mężczyźni	18,58%	14,7%	8,5%

Przeciętny staż zatrudnienia w firmie liczony w latach	Działalność w Polsce		
	2022	2021	2020
Ogółem	3,6	3,46	3,56
Kobiety	3,45	3,23	3,40
Mężczyźni	3,71	3,62	3,66

2.1.8 BADANIE ZAANGAŻOWANIA PRACOWNICZEK I PRACOWNIKÓW

Tworzymy przyjazne miejsce pracy i regularnie sprawdzamy poziom zaangażowania naszych pracowniczek i pracowników. Odzwierciedla on skalę entuzjazmu oraz poczucie przynależności, które mają pracownicy w obrębie organizacji.

Każdego roku prowadzimy badanie zaangażowania (jedno większe: BaZa oraz mniejsze: BaZa Pulse Check), które traktujemy jako podstawowe źródło informacji o naszej firmie jako miejscu pracy. Dzięki analizie wyników ankiety możemy lepiej zrozumieć, co skłania pracownika do angażowania się w swoją pracę, a także wskazać obszary, które powinniśmy ulepszyć. Firma sprawdza zmianę wyników w czasie i wdraża rekomendacje na podstawie konkluzji badania.

Ankieta jest anonimowa, a jej wyniki porównujemy z analogicznymi badaniami wewnętrznymi w najlepszych firmach technologicznych świata. W 2022 roku osiągnęliśmy zaangażowanie na poziomie 67% (BaZa) i 64% (BaZa pulse check) odnotowując dalsze spadki w porównaniu do wyników z lat 2020-2021.

Główne przyczyny trendu spadkowego dotyczą:

- szybkiego rozwoju organizacji w ostatnich latach i związanej z tym potrzebą bardziej sformalizowanych procesów i rozwiązań – adekwatnych do naszej obecnej wielkości i struktury, ale zmieniających sposoby pracy
- zakłócenia spowodowane przez otoczenie zewnętrzne (wojna na Ukrainie, warunki makroekonomiczne) i wewnętrzne (reorganizacja po fuzji i sukcesja najwyższego kierownictwa).

Zidentyfikowane przyczyny źródłowe skłoniły nas do stworzenia planu działania, obejmującego trzy główne obszary: wizję i przejrzystą komunikację, ustalanie priorytetów i zarządzanie obciążeniem pracą, zarządzanie talentami i rozwój kariery – wszystko to przyczynia się do zwiększenia pewności co do naszej przyszłości.

Jednocześnie utrzymaliśmy wysokie wskaźniki odpowiedzi – 92% dla BaZa i 79% dla BaZa Pulse Check, co pokazuje, że naszym pracowniczkom i pracownikom zależy, zostają zaangażowani i głośno wskazują obszary do usprawnień, które są dla nich najważniejsze. W ostatnim badaniu Pulse Check 82% zatrudnionych zadeklarowało, że poleciliby Allegro jako świetne miejsce pracy, a 79% zadeklarowało dumę z pracy w Allegro.

W 2022 roku ankieta objęła Działalność w Polsce.

Badanie Zaangażowania – BaZa ^[1] Działalność w Polsce ^[2]	2022	2021	2020
Wynik zaangażowania	67%	74%	78%
Wyniki w pracy	83%	91%	89%
Praca zespołowa i odpowiedzialność	85%	88%	88%
Kształcenie i rozwój	78%	85%	85%
Współpraca i komunikacja	75%	86%	85%
Kultura	87%	85%	85%
Zarządzanie	81%	84%	83%
Dopasowanie i zaangażowanie	86%	79%	79%
Przywództwo	62%	74%	79%
Informacja zwrotna i uznanie	76%	72%	75%
Działania w ramach BaZa	48%	61%	64%
Różnorodność i inkluzywność	85%	87%	n/d
Komunikacja wewnętrzna	63%	n/d	n/d
Udział w badaniu	92%	93%	94%

Ponadto, Segment Mall przeprowadzał comiesięczną badanie satysfakcji pracowników, które pozwala Zarządowi lepiej zrozumieć zaangażowanie pracowniczek i pracowników, poznać wskaźnik eNPS w firmie oraz wyznaczyć obszary wpływające na całościową satysfakcję, motywację i lojalność. W 2022 roku Segment Mall uzyskał stopień zaangażowania na poziomie 76 (w porównaniu 82 w przypadku innych firm europejskich), podczas gdy ogólna ocena atmosfery wypadła stabilnie na poziomie 70, blisko średniej pozostałych firm w wysokości 76. Menedżerki i menedżerowie korzystają z wyników ankiety, by pracować z poszczególnymi zespołami i wyznaczyć kolejne kroki do podjęcia.

[1] ankieta objęła Allegro, AllegroPay, Allegro Finance, Ceneo, eBilet

[2] Wyniki badania New Tech 2022: Wynik zaangażowania: 74%, Przywództwo 84%, Informacje zwrotne i uznanie 74%, Akcja BaZa 64%

2.1.9. ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO OSÓB ZATRUDNIONYCH

Zdrowie i bezpieczeństwo naszych pracowniczek i pracowników w pracy to nie jest w Allegro przedmiot dyskusji ani kompromisów. Funkcjonująca w przedsiębiorstwie Polityka Bezpieczeństwa i Higieny Pracy i ścisłe przestrzeganie jej zapisów zapobiegają wypadkom i chorobom zawodowym. Stale monitorujemy środowisko pracy na wszystkich poziomach firmy oraz regularnie aktualizujemy ocenę ryzyka zawodowego. Co więcej, angażujemy wszystkich zatrudnionych w aktywności związane z BHP. Zarządzanie ryzykiem jest odpowiedzialnością Zespołu BHP.

Do zadań Zespołu BHP należą: przegląd deklaracji bezpieczeństwa wraz z oceną ryzyka, okresowe inspekcje i testy sprzętu służbowego, okresowe badanie zagrożenia chemicznego, fizycznego i biologicznego w miejscu pracy, szkolenie pracowniczek i pracowników z zakresu bezpieczeństwa pracy, przygotowanie regulacji przeciwpożarowych oraz planów ewakuacji, badanie lekarskie przed zatrudnieniem, regularne monitorowanie stanu zdrowia pracowniczek i pracowników.

W Grupie zapewniamy wszystkim zatrudnionym szkolenia BHP poprzez platformy online lub na miejscu, w zależności od potrzeb. Monitorujemy powiązane z pracą obrażenia i odejmujemy działania naprawcze. W 2022 roku, ani w dwóch poprzednich latach, nie odnotowaliśmy żadnych poważnych ani śmiertelnych wypadków. Lekkie wypadki były związane głównie z niewłaściwą obsługą ładunków.

Celem Polityki Bezpieczeństwa i Higieny Pracy jest zapewnienie bezpiecznych i ergonomicznych warunków pracy poprzez:

- zapobieganie wypadkom i chorobom zawodowym
- stałe monitorowanie środowiska pracy w ścisłej współpracy z zespołem administracyjnym
- regularna aktualizowanie ocen ryzyka zawodowego
- angażowanie osób zatrudnionych w działania związane z BHP, oraz
- podnoszenie świadomości w zakresie zdrowia i ergonomii.

Grupa monitoruje skutki wynikające z wprowadzenia Polityki Bezpieczeństwa i Higieny Pracy i liczbę wypadków. W 2022 roku miały miejsce tylko cztery lekkie wypadki w Działalności w Polsce i 14 w Segmencie Mall.

Firma zaktualizowała Instrukcje BHP i Procedurę Szkoleniową oraz Procedurę postępowania w razie wypadku związanych zarówno z dojazdem do pracy, jak i z miejscem pracy. W związku z wprowadzeniem pracy hybrydowej pojawiła się potrzeba zaadaptowania oceny ryzyka zawodowego do aktualnej sytuacji. Zaktualizowaliśmy ten dokument o dodatkowe punkty dotyczące środowiska pracy zdalnej. Ocena ryzyka zawodowego składa się ze szczegółowych informacji i analizy zagrożenia, na które są narażeni pracowniczki i pracownicy w zależności od ich stanowiska. Umożliwia nam to sprawdzenie, czy środki podjęte by zmniejszyć lub wykluczać zagrożenie są wystarczające, oraz określić, co jeszcze powinno zostać zrobione. Wszyscy zatrudnieni zostaną zapoznani z nowymi regulacjami na początku 2023 roku.

Z zespołem BHP można skontaktować się poprzez firmowy komunikator, w którym przypisano do niego alias oraz kanał komunikacji. Nasze biura oraz magazyny zostały tak zaprojektowane, by były komfortowe i bezpieczne, a procedury bezpieczeństwa umożliwiają nam eliminowanie sytuacji, które mogą zagrażać zdrowiu ludzi. Przejęliśmy magazyny, które stopniowo dostosowujemy do standardów Allegro. Służba BHP regularnie audytuje wszystkie nasze biura i magazyny.

W ramach przejęcia Grupy Mall WE|DO prowadzony jest program ujednoczenia procedur oraz wyrównania poziomu bezpieczeństwa i higieny pracy we wszystkich biurach i magazynach, przy zachowaniu specyfiki lokalnych przepisów.

Allegro przestrzega wszystkich przepisów dotyczących szkoleń BHP. Każda nowo zatrudniona osoba przechodzi obowiązkowe szkolenie wstępne BHP w okresie wdrożenia. Zgodnie z obowiązującymi przepisami prowadzimy również okresowe szkolenia BHP dla wybranych typów stanowisk. Udział w takim szkoleniu jest obowiązkowy, a jego nieukończenie grozi wykluczeniem z pracy.

Liczba wypadków	Grupa		Działalność w Polsce	
	2022	2022	2021	2020
Wypadki lekkie	18 ^[1]	4	2	1
Wypadki ciężkie	0	0	0	0
Wypadki śmiertelne	0	0	0	0

Incydenty w ramach Grupy są znacząco wyższe niż w spółkach działających w Polsce ze względu na większą skalę działalności magazynowo-logistycznej w Mall Grupa i WE|DO niż w polskich spółkach.

Wspieramy pracowniczki i pracowników Allegro w dbaniu o kondycję fizyczną. "Akcja Zdrowie", prowadzona przez Allegro od wielu lat, to seria warsztatów, konsultacji i webinarów promujących ogólne dobre samopoczucie i zdrowy styl życia. W 2022 roku wydarzenia organizowane w ramach akcji skupiały się na działaniach na żywo, ćwiczeniach i fizjoterapii. Organizowano też webinary i ćwiczenia online. Pracowniczki i pracownicy otrzymali dostęp do platformy Mindgram, wspierającej zdrowie psychiczne i rozwój osobisty. Przeprowadziliśmy warsztaty i indywidualne wywiady pogłębione z pracowniczkami i pracownikami z różnych środowisk, co zapoczątkowało proces tworzenia strategii wellbeingowej dla Grupy. Zaoferowaliśmy możliwość skorzystania z oferty darmowych szczepień przeciw grypie. Przeszkoliliśmy Zespół Pierwszej Pomocy, by mogli udzielać pierwszej pomocy. Zespół BHP razem z Zespołem CSR organizuje akcję "Kręć Kilometry", która promuje aktywność fizyczną.

W odpowiedzi na wojnę w Ukrainie Allegro zapewniło szereg działań wspierających osoby zatrudnione. Zespół Health and Safety zaprosił wszystkich potrzebujących wsparcia do skorzystania z kryzysowego wsparcia psychologicznego po polsku, ukraińsku, rosyjsku i angielsku.

[1] z uwzględnieniem 14 wypadków w Segmencie Mall

2.1.10. REPREZENTACJA PRACOWNIKÓW

Pracowniczkę i pracownika Allegro nie są objęci zbiorowymi układami pracy, a Reprezentacja Pracowników jest wybranym zgodnie z prawem organem przedstawicielskim pracowników. Firma nie zapewnia żadnych planów emerytalnych poza tymi określonymi przez lokalne prawo pracy. Więcej na temat Polityki Praw Człowieka można dowiedzieć się w sekcji Zgodność z Prawami Człowieka.

2.1.11. KULTURA AKCJONARIATU ALLEGRO

Jako część IPO Grupa wprowadziła Allegro Incentive Plan (IPO), długoterminowy program motywacyjny oparty na akcjach Allegro.eu, który umożliwia pracownikom zostanie współwłaścicielami firmy. To unikatowy program w Europie Środkowej i Wschodniej pod względem skali i zakresu akcji dostępnych pracownikom i pracownikom.

Korzystamy z akcji do motywowania i nagradzania obecnych i przyszłych pracowniczek i pracowników na kluczowych stanowiskach kierowniczych, menedżerskich i eksperckich. Status spółki publicznej umożliwia Allegro dzielenie się akcjami, by budować długoterminowe zaangażowanie pracowniczek i pracowników w rozwój firmy. Program ruszył w kwietniu 2021 roku.

2.1.12 ZAANGAŻOWANIE PRACOWNICZEK I PRACOWNIKÓW

Jednym z priorytetów integracji Grupy Allegro.eu i Grupy Mall było wypracowanie wspólnej strategii budowania marki pracodawcy, opartej na zaangażowaniu i podejściu do rzecznictwa pracowniczek i pracowników. Opracowanie i wdrożenie nowej propozycji wartości pracodawcy (EVP) było punktem wyjścia do wszystkich wewnętrznych i zewnętrznych działań z zakresu employer branding. EVP łączy pięć kluczowych przesłań (Przejmij inicjatywę, Otwórz umysł, Bądź profesjonalnym graczem zespołowym, Stwórz kulturę inżynierską, Bądź dumny) we wspólnym manifeście:

Jesteśmy Allegro,

Dla nas tworzenie przyszłości e-commerce i technologii to podróż z wieloma celami.

Podróż, w którą wyruszymy razem. Podróż pełna ekscytujących wyzwań. Podróż, w której zamiast podążać za głosem serca, wsłuchamy się w bicie naszego wspólnego serca i wytyczymy kierunek najbardziej nieoczekiwanymi ścieżkami.

Zrobimy to z ludźmi, w których wierzymy. Ludźmi, którzy pragną się doskonalić. Ludzie, którzy mają przestrzeń do działania, podejmują decyzje w oparciu o dane, rozwijają się i mają realny wpływ na naszą podróż.

Podróż, która pozwoli nam przetrzeć szlaki, realizując pionierskie projekty mające wpływ na miliony ludzi.

To powód do dumy, więc tym właśnie jesteśmy.

#dobrzetubyc

EVP zostało włączone do wielu inicjatyw zaangażowania pracowników i rzecznictwa pracowników:

- Wewnętrzna komunikacja kluczowych procesów People & Culture mająca na celu dostarczanie pracownikom i pracownikom komunikatów o biznesie, politykach i procedurach, ale także integrację, budowanie ekscytacji w nowej organizacji, tworzenie poczucia wpływu i wzmacnianie naszej marki jako pracodawcy.
- Program #AllegroLife – wewnętrzna społeczność ambasaderek i ambasadorków mediów społecznościowych umożliwiającą nam zaprezentowanie naszej kultury organizacyjnej, zaprezentowanie ekspertek i ekspertów oraz dotarcie do większej liczby potencjalnych kandydatek i kandydatów do pracy poprzez dedykowaną platformę. W 2022 roku około 180 ambasaderek i ambasadorków udostępniło 5183 publikacje, docierając do 13 554 997 użytkowników i użytkowniczek.
- THANKSgiving – święto z całorocznym podsumowaniem zaangażowania pracowniczek i pracowników w działania employer brandingowe, takie jak prowadzenie warsztatów na uczelniach, prowadzenie Allegro Tech Lives, targi pracy czy hackathony. Przez cały rok ponad 250 pracowniczek i pracowników pomogło nam zbudować wizerunek pożądanego pracodawcy wewnątrz i na zewnątrz organizacji.
- Podcasty – cykle podcastów technologicznych i biznesowych z pracowniczek i pracowników o projektach, wyzwaniach, sukcesach, kulisach pracy w Allegro i powodach, dla których #dobrzetubyc. 24 odcinki opublikowane w 2022 roku dotarły do szacunkowej liczby 36 000 słuchaczek i słuchaczy.
- Społeczność Allegro Tech stworzona, aby pomagać pracowniczek i pracowników i potencjalnym kandydatkom i kandydatom z obszarów technologii i danych w podnoszeniu kwalifikacji i umiejętności cyfrowych poprzez dzielenie się wiedzą i najlepszymi praktykami. Działania przygotowane i przeprowadzone przez doświadczonych pracowniczek i pracowników dotarły do dziesiątek tysięcy osób, pomagając firmie zbudować efektywny potok talentów technologicznych, m.in.:
 - Allegro Tech Meeting – 1800 osób biorących udział w 60 prezentacjach i Lighting Talks prowadzonych przez 76 prelegentek i prelegentów z firmy
 - Allegro Tech Blog – 20 artykułów i 180 497 unikalnych wyświetleń
 - Allegro Tech Open Source – 117 projektów na GitHubie
 - Tech Events – 90 wydarzeń zewnętrznych obsługiwanych przez Allegro, 10 spotkań Allegro Tech Live, 2 konferencje zewnętrzne (UX Research Confetti i Running .NET in Azure)
 - Wystąpienia pracowników – 212 prelegentek i prelegentów na imprezach zewnętrznych, 101 osób promujących pracę w Allegro na stoiskach promocyjnych (online i offline)
 - Hackathony i konferencje wewnętrzne – Testing hackathon, accessibility hackathon, Machine Learning hackathon, Hacktoberfest czy Mobile Dev Days
- Program e-Xperience – uruchomiony w 2015 roku program stażowy pomógł nam zatrudnić w ubiegłym roku 84 osoby, z czego prawie połowa została z nami po zakończeniu programu jako pracowniczki i pracownicy.
- Współpraca uczelniana, w ramach której nasi pracownicy uczestniczyli w wykładach eksperckich, warsztatach i spotkaniach ze studentami. Współpracowaliśmy z biurami karier, samorządami studentek i kołami naukowymi w Polsce i w Europie.

2.2. Różnorodność i inkluzywność

2.2.1. KLUCZOWE DANE ORAZ WYNIKI W ZAKRESIE RÓŻNORODNOŚCI I INKLUZYWNOŚCI

85% pracowniczek i pracowników postrzega Allegro jako miejsce pracy, w którym szanuje się wszystkich bez względu na płeć, wiek czy jakikolwiek inny wymiar różnorodności (zgodnie z rokiem rocznym raportem BaZa 2022 – Ankieta Zaangażowania dla Działalności w Polsce) [KPI 7].

W Allegro wszyscy jesteśmy zaangażowani w podtrzymywanie i promowanie równości, różnorodności i inkluzywności (DEI) w praktyce organizacyjnej. Kulturowymy kulturę, w ramach której każda osoba może się rozwijać i być częścią sukcesu Allegro, niezależnie od swojej tożsamości i cech osobistych. Rozpoznajemy zarówno różnice, jak i podobieństwa, dzięki czemu zyskujemy przewagę konkurencyjną i tworzymy inspirujące miejsce pracy. Każdego traktujemy z godnością i szacunkiem oraz oczekujemy od każdej zatrudnionej osoby przyjęcia takiego samego podejścia i zaangażowania się w nie. Skuteczne zarządzanie różnorodnością i politykami antydyskryminacyjnymi należy do ważnej części naszych zobowiązań, nie tylko ze względu na liczbę naszych pracowniczek i pracowników, lecz także na znaczenie DEI dla naszych interesariuszek i interesariuszy.

2.2.2. POLITYKA RÓŻNORODNOŚCI I INKLUZYWNOŚCI

Nasza polityka różnorodności określa dobre praktyki i procesy sprzyjające tworzeniu różnorodnego i twórczego miejsca pracy. Naszym pracowniczkom i pracownikom stwarzamy możliwość nauki o różnorodności i inkluzywności oraz rozwijania pozytywnych relacji pracowniczych poprzez ofertę szkoleń o oczekiwanych standardach zachowania się w miejscu pracy (np. szkolenia antymobbingowe i antydyskryminacyjne).

2.2.3. PROGRAMY NA RZECZ ZWIĘKSZANIA RÓŻNORODNOŚCI W MIEJSCU PRACY

Allegro wierzy w siłę różnorodności, która zbliża ludzi, ułatwia innowacje i twórczość oraz pomaga każdemu się rozwijać. Osiągamy ją poprzez:

- przyjęcie polityki antydyskryminacyjnej i antymobbingowej, wdrożenie Polityki Różnorodności i podejścia „Bądź Fair”, co pozwala na raportowanie wszelkich nieodpowiednich zachowań i incydentów,
- program webinarów i szkoleń z DEI, które pomagają stworzyć inkluzywne i zróżnicowane miejsce pracy,
- minimalizowanie ryzyka stronniczych zachowań w procesach rekrutacji do pracy, awansowych, przeglądu płac przez podkreślanie kluczowego znaczenia wiedzy i kompetencji w tych obszarach. Nasze procedury opierają się na obiektywnych i rzeczowych kryteriach, dzięki czemu wszyscy kandydaci i pracownicy są równo traktowani, niezależnie od ich płci, pochodzenia etnicznego, wyznania czy innych cech,
- uwzględnianie kryterium różnorodności przy wyborze członków zarządu,
- inicjatywy Rozwoju Wewnętrznej Mobilności wspierające rozwój naszych pracowników w obrębie Allegro,
- rozwój inicjatyw zachęcających kobiety do wyboru kariery w branży technologicznej,
- wspieranie inicjatyw związanych z różnorodnością i inkluzywnością takich jak: DareIT, Hackaton Accessibility, Poznań Mentoring Walk,
- badanie efektów wynikających z podjętych aktywności i raportowania.

2.2.4. DIVERSITY & INCLUSION CHAMPIONS

Diversity & Inclusion Champions (DEI Champions) to grupa pracowniczek i pracowników wspierających Allegro w tworzeniu włączającego środowiska pracy przez wsłuchiwanie się w głos zatrudnionych i dawanie im informacji zwrotnej; jednocześnie komunikują oni postęp w aktywnościach firmy związanych z DEI. Czempioni D&I formułują rekomendacje i porady dotyczące programów, inicjatyw, podejścia i strategii, żeby wspomóc rozwój agendy DEI w Allegro.

W 2022 roku DEI Champions w Allegro regularnie spotykali się, by dyskutować nad priorytetami, inicjatywami, podejściami i strategiami oraz wzmacniać zrozumienie w firmie takich wartości jak różnorodność i inkluzywność oraz umacniać zasady DEI w codziennej praktyce Allegro.

W dalszym ciągu rozbudowujemy nasz program edukacyjny DEI przez inicjowanie webinarów i warsztatów dostosowanych do potrzeb odbiorczyń i odbiorców, podczas których pracowniczki i pracownicy nie tylko mogą dzielić się swoimi refleksjami i pomysłami, lecz także uczyć się na bazie doświadczeń swoich kolegów i koleżanek.

- Latem 2022 uruchomiliśmy pilotaż Programu Neuróżnorodności, który został pozytywnie oceniony przez pracowniczki i pracowników. W ramach tego programu planujemy rozwijać ofertę warsztatów i wprowadzić je w całej organizacji na podstawie wyników ich ewaluacji.
- W dalszym ciągu podejmujemy działania na rzecz stopniowego zmniejszenia płciowej luki płacowej w firmie.

2.2.5. POLITYKA ANTYDYSKRYMINACYJNA, ANTYMOBBINGOWA I PROCEDURA ZGŁASZANIA NIEPRAWIDŁOWOŚCI

Tworzymy inkluzywne środowisko pracy, wolne od dyskryminacji, molestowania i uprzedzeń, takie, które sprzyja sprawiedliwemu traktowaniu i wspiera rozwój wszystkich pracowników i pracownic. Poprzez naszą Politykę Antydyskryminacyjną i Antymobbingową oraz Procedurę Zgłaszania Nieprawidłowości (wdrożoną w 2016 roku) promujemy wartości Allegro i oczekiwane zachowania, których fundamentem jest godność, szacunek i zasady etyki. Wszyscy zatrudnieni zostają zaznajomieni z powyższymi zasadami w ramach procesu onboardingu oraz poprzez cykliczne szkolenia.

Udział w szkoleniach z zakresu polityki antydyskryminacyjnej i antymobbingowej	Grupa		Działalność w Polsce	
	2022	2022	2021	2020
Szkolenia (coroczne warsztaty online dla wszystkich zatrudnionych)	0 [1]	0	73%	88,8%
Szkolenia onboardingowe (miesięczna seria szkoleń dla wszystkich osób dołączających – nowych zatrudnionych)	100%	100%	100%	100%

Polityka przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi	Grupa		Działalność w Polsce	
	2022	2022	2021	2020
Zgłoszone przypadki dyskryminacji i mobbingu	5	4	2	5

Wszystkie zgłoszenia dotyczące podejrzeń o dyskryminację i molestowanie zostały dokładnie zweryfikowane i jeśli uznano je za stosowne, zostały skierowane do Komisji Etyki. Jeden z zarzutów został potwierdzony i podjęto odpowiednie kroki i kary wobec osoby dopuszczającej się nieprawidłowego postępowania. Po weryfikacji zarzutów zalecono i wprowadzono dodatkowo szereg usprawnień.

Firma wspiera poufny kanał zgłaszania i system sygnalizowania nieprawidłowości (więcej w rozdziałach: Etyka biznesowa, Polityka antykorupcyjna i przeciwdziałanie korupcji oraz Zgodność z Prawami Człowieka). Allegro zapewnia również menedżerom i menedżerkom, pracownikom i pracownicom oraz współpracownikom i współpracownikom szkolenia z zakresu postępowania w przypadku zgłoszenia lub wystąpienia przypadków mobbingu lub molestowania.

[1] W związku z nową Ustawą o Ochronie Sygnalistów, która powinna obowiązywać od 17.12.2021 przesunęliśmy szkolenie w celu przedstawienia nowych zasad, systemów itp., ale polski rząd przełożył lokalne przepisy. Szkolenie odbędzie się w kwietniu 2023 r.

2.2.6. WSKAŹNIKI RÓŻNORODNOŚCI

Niektóre wskaźniki różnorodności są prezentowane oddzielnie dla działalności w Polsce i Grupy działającej w innych krajach, ponieważ struktura zatrudnienia w tych podmiotach różni się, co uniemożliwia konsolidację danych. Firma nie ujawnia informacji o mniejszościach etnicznych wśród swoich pracowników, ponieważ nie gromadzimy takich danych ze względu na brak podstaw prawnych.

Rada Dyrektorów	Grupa					
	2022		2021		2020	
Kobiety	2	22%	2	25%	2	25%
Mężczyźni	7	78%	6	75%	6	75%
Osoby w wieku do 30 lat	0	0	0	0%	0	0%
Osoby w wieku 31–50 lat	2	22%	3	37,5%	4	50%
Osoby powyżej 50 lat	7	78%	5	62,5%	4	50%

Osoby zatrudnione	Grupa		Działalność w Polsce					
	2022		2022		2021		2020	
Kobiety – łącznie	45,4%	2 687	44,4%	1 798	40,8%	1 416	41,8%	1 133
Mężczyźni – łącznie	55,6%	3 233	55,7%	2 256	59,2%	2 056	58,2%	1 576
Kobiety na wyższych stanowiskach kierowniczych	30,9%	280	31,4%	239	28,6%	191	28,2%	122
Mężczyźni na wyższych stanowiskach kierowniczych	69,1%	627	68,6%	522	71,4%	477	71,8%	310
Kobiety na stanowiskach wykonawczych (C-Level)	22,0%	2	20,0%	2	20,0%	2	10,0%	1
Mężczyźni na stanowiskach wykonawczych (C-Level)	80,0%	8	80,0%	8	80,0%	8	90,0%	9

Wszyscy zatrudnieni	Grupa		Działalność w Polsce			
	2022		2022	2021	2020	
Kobiety	2 687	45,4%	1 798	44,4%	40,8%	41,8%
Mężczyźni	3 233	54,6%	2 256	55,7%	59,2%	58,2%
Nowe pracowniczki – kobiety	690	46,2%	456	45,2%	42,4%	42,2%
Nowi pracownicy – mężczyźni	802	53,8%	553	54,8%	57,6%	57,8%
% osób z niepełnosprawnością	59	1%	41	1,0%	0,7%	0,7%
% pracowniczek z niepełnosprawnością – kobiety	32	0,5%	22	0,5%	0,4%	0,5%
% pracowników z niepełnosprawnością – mężczyźni	27	0,5%	19	0,5%	0,3%	0,3%
W wieku do 30 lat	1 951	33,0%	1 292	31,9%	40,2%	38,4%
W wieku 30–50 lat	3 813	64,4%	2 709	66,8%	58,8%	60,8%
W wieku od 50 lat	156	2,6%	53	1,3%	1,0%	0,8%
W wieku do 30 lat – kobiety	885	32,9%	579	32,2%	42,2%	40,7%
W wieku 30–50 lat – kobiety	1 735	64,6%	1 207	67,1%	57,2%	59,2%
W wieku od 50 lat – kobiety	67	2,5%	12	0,7%	0,6%	0,2%
W wieku do 30 lat – mężczyźni	1 066	33,0%	713	31,6%	38,8%	36,8%
W wieku 30–50 lat – mężczyźni	2 078	64,3%	1 502	66,6%	59,8%	62,1%
W wieku od 50 lat – mężczyźni	89	2,8%	41	1,8%	1,4%	1,1%

Wszyscy zatrudnieni	Działalność w Polsce			
	2022		2021	2020
% obcokrajowców	56	1,4%	0,9%	1,1%
% obcokrajowczyń – kobiety	18	0,4%	0,3%	0,3%
% obcokrajowców – mężczyźni	38	0,9%	0,6%	0,8%

Stanowiska menedżerskie	Działalność w Polsce		
	2022	2021	2020
Kobiety	31,4%	28,6%	28,0%
Mężczyźni	68,6%	71,4%	72,0%
W wieku do 30 lat	7,2%	11,8%	8,7%
W wieku 30–50 lat	90,3%	86,4%	89,3%
W wieku od 50 lat	2,5%	1,8%	2,0%
W wieku do 30 lat – kobiety	9,6%	11,5%	8,8%
W wieku 30–50 lat – kobiety	89,1%	87,5%	91,2%
W wieku od 50 lat – kobiety	1,3%	1,0%	0,0%
W wieku do 30 lat – mężczyźni	6,1%	11,9%	8,7%
W wieku 30–50 lat – mężczyźni	90,8%	86,0%	88,5%
W wieku od 50 lat – mężczyźni	3,1%	2,1%	2,8%

Stanowiska eksperckie i specjalistyczne	Działalność w Polsce		
	2022	2021	2020
Kobiety	41,9%	36,5%	37,5%
Mężczyźni	58,1%	63,5%	62,5%
W wieku do 30 lat	30,3%	39,8%	37,5%
W wieku 30–50 lat	69,0%	59,8%	62,3%
W wieku od 50 lat	0,7%	0,4%	0,2%
W wieku do 30 lat – kobiety	24,5%	34,4%	33,6%
W wieku 30–50 lat – kobiety	75,2%	65,3%	66,4%
W wieku od 50 lat – kobiety	0,3%	0,3%	0,0%
W wieku do 30 lat – mężczyźni	34,6%	42,8%	39,8%
W wieku 30–50 lat – mężczyźni	64,4%	56,6%	59,8%
W wieku od 50 lat – mężczyźni	1,0%	0,6%	0,4%

2.2.7. SPRAWIEDLIWE I RÓWNE WYNAGRODZENIE

Istnieje szereg czynników wpływających na równość płci, w tym dostęp do zatrudnienia i/lub określonych ról, reprezentacja płci w całej organizacji (wyzwania sektorowe), uczciwość w politykach i procedurach w odniesieniu do wynagrodzeń, awansów, oceny wyników.

Podjęliśmy szereg działań w celu rozwiązania problemu nierówności płci, z których niektóre doprowadziły do wymiernych rezultatów, takich jak zmniejszenie różnic w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn, stały wzrost reprezentacji kobiet na stanowiskach kierowniczych oraz obszary tradycyjnie zdominowane przez mężczyzn, np. w zespołach Technologii Nasz plan działania na rzecz równości płci obejmuje następujące działania:

- bardziej zrównoważonej pod względem płci rekrutacji kandydatek i kandydatów zewnętrznych do funkcji technologicznych, a także na stanowiska kierownicze (zarówno w ramach wewnętrznych, jak i zewnętrznych procesów rekrutacyjnych)
- zapewnieniu, że przestrzegany jest obiektywny, oparty na faktach i dowodach proces oceny wyników i awansów, który skutkuje zmianami w zakresie wynagrodzeń
- przystąpieniu do organizacji zewnętrznych promujących różnorodność i integrację oraz wspierających dialog społeczny jako znaczący pracodawca technologiczny w Polsce

- ciągłej edukacji i budowaniu zaangażowania osób zatrudnionych w Allegro na rzecz różnorodności, podnoszenia świadomości i zapewnienia silnego wsparcia w całej organizacji.

RÓŻNICE W WYNAGRODZENIU Kobiet I MĘŻCZYŹN

W 2022 roku firma odnotowała pewną poprawę w zakresie ogólnej równowagi pomiędzy średnim wynagrodzeniem kobiet i mężczyzn. Przedstawione poniżej dane odnoszą się wyłącznie do osób zatrudnionych na umowę o pracę.

Działalność Grupy Allegro.eu w Polsce osiągnęła już cel 5% dla luki płacowej między kobietami i mężczyznami wskazany w dyrektywie o przejrzystości wynagrodzeń^[1]. Monitorujemy reprezentację płci wśród pracowniczek i pracowników oraz reprezentację kobiet na stanowiskach kierowniczych i wyższego szczebla, przeprowadzamy coroczny przegląd wynagrodzeń oraz stwarzamy kobietom możliwość uczestniczenia w nieformalnych spotkaniach, dyskusji i dzielenia się swoimi doświadczeniami zawodowymi i historiami.

Prosimy o zwrócenie uwagi, iż poniższe dane prezentowane są tylko dla działalności w Polsce, gdyż struktura zatrudnienia, ścieżki awansu i dany obszar biznesowy różnią się pomiędzy podmiotami, co uniemożliwia konsolidację danych. Grupa Allegro.eu przygotowuje następujące dane za rok 2023.

Różnice w wynagrodzeniu kobiet i mężczyzn ^[2]	Działalność w Polsce		
	2022	2021	2020
Wynagrodzenie kobiet w porównaniu do średniego wynagrodzenia	97,3%	96,7%	95,2%
Wynagrodzenia mężczyzn w porównaniu do średniego wynagrodzenia	101,8%	102,1%	102,7%
Wynagrodzenie kobiet w porównaniu do wynagrodzenia mężczyzn (mężczyźni=100%)	95,1%	94,3%	91,9%

[1] Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady mająca na celu wzmocnienie stosowania zasady równości wynagrodzeń za taką samą pracę lub pracę o równej wartości między mężczyznami i kobietami poprzez przejrzystość wynagrodzeń i mechanizmy egzekwowania, której negocjacje zostały zakończone. Ustawa zostanie uchwalona w 2023 roku.

[2] Średnia ważona dla wielkości grupy na każdym poziomie struktury korporacyjnej iw danym obszarze biznesowym.

Wynagrodzenia na stanowiskach menadżerskich ^[3]	Działalność w Polsce		
	2022	2021	2020
Wynagrodzenie kobiet na stanowiskach menadżerskich w porównaniu do średniego wynagrodzenia na stanowiskach menadżerskich	94,6%	92,8%	93,3%
Wynagrodzenie mężczyzn na stanowiskach menadżerskich w porównaniu do średniego wynagrodzenia na stanowiskach menadżerskich	101,9%	102,7%	102,1%
Wynagrodzenie kobiet na stanowiskach menadżerskich w porównaniu do wynagrodzenia mężczyzn na stanowiskach menadżerskich (mężczyźni=100%)	92,2%	90,1%	90,8%

Wynagrodzenie na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych ^[3]	Działalność w Polsce		
	2022	2021	2020
Wynagrodzenie kobiet na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych w porównaniu do średniego wynagrodzenia na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych	97,5%	96,2%	93,3%
Wynagrodzenie mężczyzn na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych w porównaniu do średniego wynagrodzenia na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych	101,9%	102,4%	102,9%
Wynagrodzenie kobiet na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych w porównaniu do wynagrodzenia mężczyzn na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych (mężczyźni=100%)	95,4%	93,8%	90,1%

Powroty po urlopie rodzicielskim i wychowawczym ^[4]	Grupa	Działalność w Polsce		
	2022	2022	2021	2020
Osoby, które przeszły na urlop rodzicielski i wychowawczy	132	103	84	79
Osoby, które wróciły do pracy po urlopie rodzicielskim lub i wychowawczym	99	87	99	60
Osoby, które wróciły do pracy po urlopie rodzicielskim lub wychowawczym w poprzednim roku i kontynuowały zatrudnienie przez 12 miesięcy po powrocie	81	70	52	58
Kobiety, które przeszły na urlop rodzicielski i wychowawczy	121	100	77	74
Kobiety, które wróciły do pracy po urlopie rodzicielskim lub i wychowawczym	88	84	90	55
Kobiety, które wróciły do pracy po urlopie rodzicielskim lub wychowawczym w poprzednim roku i kontynuowały zatrudnienie przez 12 miesięcy po powrocie	68	65	48	52
Mężczyźni, którzy przeszli na urlop rodzicielski i wychowawczy	11	3	7	5
Mężczyźni, którzy wrócili do pracy po urlopie rodzicielskim lub i wychowawczym	11	3	9	5
Mężczyźni, którzy wrócili do pracy po urlopie rodzicielskim lub wychowawczym w poprzednim roku i kontynuowali zatrudnienie przez 12 miesięcy po powrocie	13	5	4	6

[3] Średnia ważona dla wielkości grupy na każdym poziomie struktury korporacyjnej iw danym obszarze biznesowym

[4] Dane dla Allegro, Ceneo, eBilet, Opennet i Mimovrste

W 2022 roku 77,8% pracowniczek i pracowników, którzy wrócili do pracy po urlopie wychowawczym w poprzednim roku, kontynuowało zatrudnienie przez 12 miesięcy po powrocie (76,5% dla kobiet i 55,5% dla mężczyzn).

2.2.8. INICJATYWY NA RZECZ RÓŻNORODNOŚCI I INKLUZYWNOŚCI

Allegro od lat wspiera inicjatywy promujące różnorodność i otwartość. W latach 2018-2022 przedstawicielki i przedstawiciele firmy wzięli udział w szeregu wydarzeń o tej tematyce. W 2022 roku były to między innymi: Konferencja Women In Tech Summit oraz współpraca z Her Impact – platformą technologiczną, która rozwija, inspiruje i wspiera kobiety na rynku pracy na niemal każdym stanowisku. W ramach współpracy nagraliśmy serię krótkich nagrań dla kobiet, w których 4 ekspertki z Allegro opowiadały o swojej drodze zawodowej, wyzwaniach, z którymi spotykają się w codziennej pracy oraz radach, które mogą pomóc kobietom na początku ich kariery.

ALLEGRO WŚRÓD LIDERÓW RÓŻNORODNOŚCI

Allegro zostało wyróżnione w czwartej edycji specjalnego raportu Financial Times & Statista „Liderzy Różnorodności” jako najlepiej oceniona polska firma i zajęło pierwsze miejsce w kategorii handel detaliczny. Co więcej, Allegro zajęło 6. miejsce w rankingu ogólnym spośród 850 firm z 16 krajów. Jest to ogromne wyróżnienie dla Allegro, tym bardziej, że badanie oparte jest na rekomendacjach zebranych w drodze niezależnego badania wśród ogromnej próby ponad 100 000 zatrudnionych.

Liderzy Różnorodności zostali wyłonieni spośród korporacji ze wszystkich sektorów przemysłu zatrudniających co najmniej 250 osób w następujących krajach: Austria, Belgia, Dania, Finlandia, Francja, Niemcy, Irlandia, Włochy, Luksemburg, Holandia, Norwegia, Polska, Hiszpania, Szwecja, Szwajcaria i Wielka Brytania. Dodatkowo, aby znaleźć się na liście laureatów, firmy musiały publicznie angażować się w działania na rzecz różnorodności. 850 firm, które otrzymały najwyższą łączną ocenę, zostało uznanych za Liderów Różnorodności 2023.

Raport został opublikowany na stronie internetowej Financial Times oraz w jego drukowanej wersji.

[Dowiedz się więcej](#)

KARTA RÓŻNORODNOŚCI

W 2021 roku Allegro podpisało Kartę Różnorodności w Polsce. Karta Różnorodności to międzynarodowa inicjatywa koordynowana przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu, której celem jest promowanie polityki równego traktowania i zarządzania różnorodnością w miejscu pracy.

Karta Różnorodności to międzynarodowy projekt realizowany z inicjatywy Komisji Europejskiej, wdrażany w niemal wszystkich krajach Unii Europejskiej. Jego celem jest promocja i popularyzacja polityki równego traktowania, integracji i zarządzania różnorodnością w miejscu pracy. Polska Karta Różnorodności jest częścią Europejskiej Platformy Karty Różnorodności przy Dyrekcji Generalnej ds. Sprawiedliwości Komisji Europejskiej, co umożliwi Sygnatariuszom regularne spotkania, korzystanie z wiedzy i doświadczeń oraz poznawanie dobrych praktyk firm ze wszystkich krajów, w których funkcjonują Karty Różnorodności.

Karta jest zobowiązaniem podpisywanym przez organizacje, które zobowiązują się do zakazu dyskryminacji w miejscu pracy oraz wprowadzenia inicjatyw mających na celu wprowadzenie i promowanie różnorodności oraz wyraża gotowość firmy do zaangażowania w powyższe działania wszystkich pracowników, a także partnerów biznesowych i społecznych. Organizacje, które decydują się na wdrożenie tego narzędzia, wspierają spójność i równość społeczną.

Podpisanie Karty Różnorodności oznacza:

- Dołączenie do międzynarodowej grupy organizacji pod patronatem Platformy Karty Różnorodności Komisji Europejskiej
- Podkreślenie otwartości i szacunku pracodawcy wobec odmienności pracowników, wzmocnienie dialogu na temat różnorodności wewnątrz i na zewnątrz organizacji
- Dołączenie do grona organizacji będących liderami zarządzania różnorodnością w Polsce
- Włączenie się w wyznaczanie trendów w zarządzaniu różnorodnością i polityce równych szans
- Budowanie wizerunku organizacji odpowiedzialnej i zaangażowanej w działania na rzecz równego traktowania w miejscu pracy
- Szerokie możliwości współpracy międzysektorowej (biznes, administracja publiczna, organizacje pozarządowe)
- Przełożenie zapisów Karty na realne działania
- Zobowiązanie do przeglądu własnej polityki – wskaźniki Karty Różnorodności umożliwiają nadzór nad monitorowaniem zarządzania różnorodnością na poziomie operacyjnym, a także audytowanie i monitorowanie działań w tym obszarze.

WSPÓŁPRACA Z HER IMPACT

W ubiegłym roku w ramach współpracy z zespołem HerImpact nagraliśmy cykl krótkich wypowiedzi, w których cztery ekspertki z Allegro opowiadały o swojej drodze zawodowej, wyzwaniach, z którymi spotykają się w codziennej pracy oraz radach, które mogą pomóc kobietom będącym na początku swojej kariery. Her Impact to platforma technologiczna, która rozwija, inspiruje i wspiera kobiety zajmujące różne stanowiska na rynku pracy.

INNE INICJATYWY

Ponadto, Allegro jest zaangażowane w działalność Grupy ds. różnic w wynagrodzeniach ze względu na płeć, działającej w ramach programu Business & Human Rights Program UN Global Compact Network Poland, a także Kongresu Kobiet, którego celem jest dyskusja i promocja najlepszych praktyk w zakresie zmniejszenia różnic w wynagrodzeniach między kobietami i mężczyznami.

ZGODNOŚĆ Z ZASADAMI UN GLOBAL COMPACT

Przestrzegamy zasad inicjatywy UN Global Compact oraz Wytycznych Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju dla Przedsiębiorstw Wielonarodowych. W 2022 roku nie zidentyfikowano żadnych działań naruszających te regulacje.

2.3. Komunikacja z pracownikami

W Allegro stawiamy na transparentną i regularną komunikację z naszymi pracowniczkami i pracownikami. W 2022 roku wzmocniliśmy zespół Komunikacji Wewnętrznej (będący częścią Działu Komunikacji Korporacyjnej), aby zapewnić lepszą jakość komunikacji ze wszystkimi zatrudnionymi.

Po połączeniu Allegro z Grupą MALL i WE|DO (kwiecień 2022), koordynujemy międzynarodową komunikację prowadzoną w ramach wszystkich spółek z grupy. Większość naszych działań komunikacyjnych odbywa się w różnych językach (głównie w języku angielskim, polskim i czeskim), aby wszystkie pracowniczki i pracownicy mogli je bez przeszkód zrozumieć. Wykorzystujemy i rozwijamy wiele kanałów i narzędzi, aby w jak najbardziej efektywny sposób docierać do różnych grup odbiorców. Raz w miesiącu organizujemy „Let’s Talk” – spotkania zarządu i senior managerów ze wszystkimi naszymi pracowniczkami i pracownikami, podczas których przekazywane są bieżące informacje biznesowe oraz przewidziany jest czas na pytania i odpowiedzi.

Publikujemy newsletter dla wszystkich osób zatrudnionych w grupie, w którym znajdują się aktualności dot. integracji spółek w ramach grupy Allegro. Każda ważna wiadomość jest dodatkowo przekazywana drogą mailową przez osoby z zarządu lub senior managerów.

Do codziennej komunikacji wykorzystujemy nasz Intranet – platformę pełniącą rolę wewnętrznych mediów społecznościowych – a także firmowy komunikator, zapewniając spójny przekaz we wszystkich naszych kanałach.

Udostępniliśmy dedykowaną przestrzeń, w której pracownicy mogą zadawać dowolne pytania dotyczące strategii firmy i spraw pracowniczych oraz uzyskiwać na nie odpowiedzi przygotowywane przez osoby odpowiedzialne za dany obszar, w tym osoby z zarządu.

Wypracowaliśmy również kanały komunikacji z określonymi grupami pracowników – w szczególności z liderami zarządzającymi innymi osobami w grupie Allegro. Uważamy tę grupę za kluczową dla transparentnej, opartej na dialogu komunikacji wewnętrznej. Organizujemy dla niej comiesięczne webinary i dbamy o regularny przepływ informacji poprzez dedykowane aliasy e-mail i kanał Slack. Tego typu inicjatywy pomagają tworzyć społeczność zaangażowanych liderów i budować kulturę współpracy, na którą kładziemy w Allegro duży nacisk.

Liderzy i managerowie odpowiadają za kaskadową komunikację w swoich obszarach biznesowych. Wsparciem dla nich jest grupa HR Biznes Partnerek i Partnerów, zwłaszcza w przypadku komunikacji dotyczącej obszaru People & Culture.

2.4. Program wolontariatu pracowniczego

Allegro wspiera wolontariat pracowniczy. W 2022 roku w wolontariat zaangażowało się 1 159 pracowniczek i pracowników. Uczestniczyli oni zarówno w znanych ogólnopolskich inicjatywach, takich jak Szlachetna Paczka, jak i w wielu lokalnych działaniach charytatywnych i edukacyjnych. W 2022 roku wolontariuszki i wolontariusze z Allegro zorganizowali mentoring dla uczennic i uczniów, wspierając ich projekty społeczne w ramach programu Mam Swoje Alle, projektu edukacyjnego stworzonego w partnerstwie z Fundacją Zwolnieni z Teorii. Firma ogłosiła także trzecią edycję programu grantowego #pomagamy_bo_umiemy realizowanego przez Allegro Foundation.

Allegro wprowadziło dzień wolny za wolontariat pracowniczy 1 sierpnia 2022 roku. W ciągu pierwszych 5 miesięcy trwania tego programu (do grudnia 2022 roku) 272 osób zaangażowało się w różne działania społeczne (łącznie 2 176 godzin). Angażowali się oni w różne działania społeczne, takie jak organizowanie zajęć dla harcererek i harcerzy, sadzenie roślin z organizacjami ekologicznymi, porządkowanie schronisk dla zwierząt, pomoc osobom z doświadczeniem uchodźczym, przy-

gotowywanie prezentów dla rodzin w trudnej sytuacji, organizowanie zajęć dla placówek oświatowych czy sortowanie żywności w bankach żywności dla osób potrzebujących.

Wolontariusze z Mall, jak co roku, pomogli rozjaśnić potrzebującym Święta Bożego Narodzenia.

W 2022 roku odbyła się trzecia edycja projektu sMALL Baby Jesus (MALLi Ježíšek). Jest to inicjatywa własna firmy, która we współpracy z fundacją Nadace Krása (Piękno Pomocy) ma na celu wsparcie seniorów, którzy mimo braku osoby, która mogłaby się nimi zająć, mogli pozostać w domu i nie musieli przeprowadzać się do domu spokojnej starości. W listach do fundacji pisanych przed świętami osoby starsze proszą o artykuły codziennego użytku: drobne wyposażenie kuchni (np. sztućce, kuchenka mikrofalowa), akcesoria łazienkowe, a także o jedzenie. Ponadto, poza wymienionymi produktami wolontariuszki i wolontariusze firmy Mall poświęcają im uwagę i swoją obecność. Osoby te zazwyczaj są bardzo samotne, więc odwiedziny wolontariuszek i wolontariuszy to dla nich prawdziwy prezent.

2.5. Skutki wojny w Ukrainie

Grupa podjęła działania wspierające nasze ukraińskie pracowniczki i pracowników w czasie wojny. Wszyscy zatrudnieni będący obywatelkami i obywatelami Ukrainy, w tym współpracowniczki, współpracownicy oraz kurierki i kurierzy zatrudnieni na B2B oraz osoby współpracujące, otrzymali dodatkowe 7 dni płatnego urlopu na opiekę nad rodziną, dodatkowy zasiłek w wysokości 2500 zł oraz dostęp do bezpłatnych porad prawnych i wsparcie psychologiczne. Ze wszystkimi zatrudnionymi pozostajemy w kontakcie i staramy się pomagać, jeśli tylko możemy, m.in. zorganizowanie zbiórki materiałów opatrunkowych i sanitarnych dla rodzin naszych pracowników z One Courier (wcześniej XPC).

Wszyscy zatrudnieni zostali zaproszeni na cykl szkoleń i webinarów na temat tego jak radzić sobie w obecnej sytuacji konfliktowej (jak radzić sobie z emocjami, jak rozmawiać z dziećmi, jak wspierać zespół itp.) Świadczylimy pomoc psychologiczną w języku polskim, ukraińskim i angielskim dla osób zatrudnionych i ich bliskich oraz pomoc prawną w językach: ukraińskim, rosyjskim i polskim.

Więcej o zaangażowaniu: zobacz Allegro dla Ukrainy w części Zarządzanie ESG oraz Zaangażowanie społeczne i charytatywne.

3. Ład korporacyjny i odpowiedzialne zarządzanie

3.1. Ład korporacyjny

3.1.1. PRZEJRZYSTOŚĆ, PROCEDURY I STRUKTURA

Allegro.eu, jako spółka założona i działająca zgodnie z prawem luksemburskim, ma jednopoziomowy (unitarny) system zarządzania, w którym Rada Dyrektorów składa się zarówno z Dyrektorów wykonawczych (zajmujących się bieżącym zarządzaniem), jak i Dyrektorów niewykonawczych (nadzorujących) – w przeciwieństwie do większości polskich spółek, w których istnieje zarówno zarząd, jak i rada nadzorcza. Na koniec 2022 roku Rada składała się z dziewięciu członków, z których trzech uznano za niezależnych.

Rada Dyrektorów posiada szerokie uprawnienia do zarządzania działalnością Spółki oraz do upoważniania i/lub wykonywania wszelkich czynności administracyjnych niezbędnych lub przydatnych do realizacji celu korporacyjnego Spółki opisanego w Umowie Spółki, z wyjątkiem spraw wyraźnie zastrzeżonych przez przepisy prawa lub Umowę Spółki dla Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy. Rada Dyrektorów ma szereg obowiązków, do których należy zatwierdzanie rocznego budżetu Grupy, nadzorowanie istotnych transakcji nabycia i zbycia aktywów oraz zarządzanie sprawozdaniami finansowymi Grupy.

Posiedzenia Rady odbywają się w miarę potrzeb wynikających z działalności Spółki, nie rzadziej jednak niż raz na kwartał. Obrady są ważne tylko wtedy, gdy większość dyrektorów jest obecna lub reprezentowana. Uchwały Rady podejmowane są zwykłą większością głosów dyrektorów posiadających prawo głosu, obecnych lub reprezentowanych, bez uwzględnienia głosów wstrzymujących się. W 2022 roku odbyło się 7 posiedzeń Rady.

W poniższej tabeli przedstawiono imiona, nazwiska, stanowiska, rok powołania i rok, w którym wygasa bieżąca kadencja poszczególnych dyrektorów Spółki.

3.1.2. CZŁONKOWIE ZARZĄDU

Imię i nazwisko	Wiek	Rok powołania na bieżącą kadencję do Rady Dyrektorów	Rok, w którym wygasa kadencja	Data rezygnacji	Reprezentuje
Darren Huston	58	2020	2026	—	Niewykonawczy Przewodniczący Rady Dyrektorów
Roy Perticucci	60	2022	2028	—	Dyrektor Wykonawczy Dyrektor Generalny (CEO) Grupy
Jonathan Eastick	56	2020	2026	—	Dyrektor Wykonawczy Dyrektor Finansowy (CFO) Grupy
David Barker	55	2020	2026	—	Cinven
Richard Sanders	51	2020	2026	—	Permira
Paweł Padusiński	46	2020	2026	—	Mid Europa Partners
Nancy Cruickshank	52	2020	2026	—	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy
Carla Smits-Nusteling	57	2020	2026	—	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy
Pedro Arnt	50	2022	2028	—	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy
François Nuyts	50	2020	—	31.08.2022	Dyrektor Wykonawczy

3.1.3. KOMITETY ZARZĄDU

W Grupie funkcjonują następujące komitety: (i) komitet audytu („Komitet Audytu”) oraz (ii) komitet wynagrodzeń i nominacji („Komitet Wynagrodzeń i Nominacji”).

Szczegółowe informacje dotyczące spotkań Komitetów znajdują się w części 1.4.

3.1.4. CELE W ZAKRESIE ŁADU KORPORACYJNEGO

Cele w zakresie zarządzania: Rada postanowiła, że do dnia 1 września 2026 r. niezależni członkowie będą stanowili co najmniej większość (ponad 50%) Rady Dyrektorów. W 2021 r. i 2022 r. było to odpowiednio 25% i 33,3%.

3.2. Etyka i zgodność z przepisami

3.2.1. KLUCZOWE DANE I WYNIKI W ZAKRESIE ETYKI I ZGODNOŚCI Z PRZEPISAMI

W 2022 roku mieliśmy dwa zgłoszenia dotyczące naszej Polityki Przejrzystości

W 2022 r. nie odnotowano żadnego przypadku korupcji.

3.2.2. KODEKS ETYCZNY

Compliance i zapobieganie korupcji to główny obszar odpowiedzialności każdej firmy, w tym Allegro. Dotyczy to zarówno naszej działalności, jak i wszystkich naszych pracowniczek i pracowników oraz podmiotów, z którymi współpracujemy na co dzień.

Wprowadziliśmy system zarządzania, zarządzania ryzykiem i compliance, który obejmuje standardy postępowania, zapobieganie korupcji, zgodność z prawem konkurencji, zapobieganie konfliktom interesów, ochronę informacji i danych, zapobieganie bezprawnej dyskryminacji oraz ochronę mienia i know-how, zarówno w zakresie Polskiej Działalności, jak i Segmencie Mall, i jest rozszerzany na wszystkie podmioty Grupy.

Bardzo poważnie podchodzimy do naszego systemu zarządzania ryzykiem, dlatego ustanowiliśmy ramy zgodności, aby zapewnić wdrożenie wszystkich niezbędnych środków:

Ochrona	Wykrywanie	Reakcja
Kwestie regulacyjne / publiczne Zarządzanie ryzykiem Polityki Szkolenia, komunikacja, sesje podnoszące świadomość Integracja procesów Korzystanie z doświadczeń Wdrożenie zgodności Ustalenie obowiązków	Raportowanie: • anonimowo lub osobiście poprzez system do Dyrektora ds. bezpieczeństwa • osobiście do HR, Działu Prawnego, Dyrektora ds. bezpieczeństwa, bezpośredniego przełożonego • osobiście drogą mailową do Prezesa Zarządu Kontrole Monitorowanie i zatwierdzanie zgodności Przeglądy kontrolne i audyty zgodności Audyty wewnętrzne	Zarządzanie kryzysowe Zarządzanie ciągłością działania Sankcje dyscyplinarne Środki zaradcze

Wprowadzono również wytyczne, które obejmują politykę zakupową, procedurę przetargową, procedurę kontrolną oraz procedurę prawną, które mają na celu minimalizację wszelkich niedozwolonych praktyk,

naruszeń prawa, korupcji i oszustw, w szczególności w odniesieniu do praktyk zakupowych lub innych negatywnych konsekwencji nieprzestrzegania przepisów w ramach Grupy Allegro.eu.

W Allegro działamy w sposób przejrzysty i zgodnie z najwyższymi standardami etycznymi, w szczególności dzięki naszym zasadom i regulacjom.

Kodeks Etyki Allegro składa się z:

- Polityki transparentności,
- Polityki przeciwdziałania zjawiskom niepożądanym – dyskryminacji, molestowaniu i mobbingowi
- Procedury zgłaszania nieprawidłowości,
- Polityki zgodności z przepisami dotyczącymi ochrony konkurencji i konsumentów,
- Polityki przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu,
- Polityki bezpieczeństwa.

Wprowadziliśmy następujące regulacje i procesy:

- Zasady antykorupcyjne,
- Regulacje dotyczące prezentów i korzyści,
- Polityka różnorodności,
- Procedura kontroli,
- Procedura zawierania umów,
- Polityka zarządzania podatkowego,
- Procedura weryfikacji dostawców i Kodeks Postępowania Dostawców,
- Polityka szkoleniowa,
- Polityka działalności charytatywnej, społecznej i sponsoringowej,
- Polityka praw człowieka,
- Polityka klimatyczna,
- Zarządzanie ciągłością działania,
- Polityka bezpieczeństwa,
- Inne.

Komisja Etyki nadzoruje przestrzeganie Kodeksu Etyki, badając i eliminując zgłoszone naruszenia. Skład komisji etyki jest następujący:

- Dyrektorka HR lub HR Partner Biznesowy wyznaczony przez Dyrektorkę HR,
- Kierownik Działu Prawnego lub wyznaczony prawnik wyznaczony przez Kierownika ds. Prawnych,
- Kierownik działu, którego dotyczy zgłoszone naruszenie,
- Przedstawiciel lub przedstawicielka pracowników wybranych przez Reprezentację Pracowniczą,
- Dyrektor ds. bezpieczeństwa (CSO).

Kodeks Etyki jest okresowo weryfikowany i udostępniany wszystkim zatrudnionym.

W Allegro działamy zgodnie z prawem i jesteśmy na bieżąco ze wszystkimi istotnymi zmianami i regulacjami branżowymi. Stale dostosowujemy nasze usługi, zasady i procesy.

System zgłaszania nadużyć i nieprawidłowości Allegro jest dostępny pracownikom i kontrahentom firmy. Podlega wytycznym dotyczącym rozpatrywania skarg i zażaleń związanych z nieprzestrzeganiem Kodeksu Etyki.

Liczba skarg i skarg na nieprzestrzeganie Kodeksu Etyki

Zgłaszanie skarg i zażeń	Grupa	Działalność w Polsce		
	2022	2022	2021	2020
Polityka przeciwdziałania praniu pieniędzy, przeciwdziałania finansowaniu terroryzmu i kontroli eksportu oraz podręcznik dotyczący sankcji finansowych	0	0	0	0
Polityka przejrzystości	2	2	0	2

Firma wprowadziła obowiązkowe szkolenia z zakresu zgodności i etyki. Opracowano i wdrożono plan szkoleń i komunikacji w zakresie etyki i zgodności.

Nowo zatrudnione osoby zapoznają się z naszym Kodeksem podczas obowiązkowych szkoleń OnBoarding Stay Safe/Stay Fair. Raz w roku wszyscy uczestniczą w szkoleniach z zakresu naszego Kodeksu Etyki (Polityka Przejrzystości, Polityka Przeciwdziałania Antydyskryminacji i Przeciwdziałania Przemocy, Procedury Zgłaszania Nieprawidłowości i Nadużyć, Polityka Przeciwdziałania Praniu Pieniędzy i Finansowaniu Terroryzmu, Polityka Bezpieczeństwa) oraz ochrony danych osobowych w celu pogłębiania wiedzy, budowania kompetencji i podnoszenia świadomości.

Wszyscy zatrudnieni są obowiązkowo szkoleni w zakresie wszystkich zasad podczas sesji onboardingowej oraz zobowiązani do przestrzegania obowiązujących procedur. Co roku zapewniamy również obowiązkowe szkolenia z zakresu polityk dla każdej zatrudnionej osoby (włączając współpracowniczkę i współpracowników). Szkolenia odbywają się za pośrednictwem wielu kanałów, w tym e-learningu, poczty elektronicznej, dedykowanej platformy wewnętrznej (Intranet), spotkań, plakatów, konkursów i innych form komunikacji.

3.2.3. SYSTEM SYGNALIZOWANIA NIEPRAWIDŁOWOŚCI I OCHRONA SYGNALISTÓW

W Allegro posiadamy system zgłaszania nieprawidłowości. Gwarantuje poufność i bezpieczeństwo sygnalistek i sygnalistów, w tym ochronę przed działaniami odwetowymi. Nasz system jest otwarty i dostępny dla wszystkich w firmie (zgłoszenia można również przysłać anonimowo za pośrednictwem specjalnego formularza dostępnego online). Obowiązujące w nim wytyczne dotyczą rozpatrywania skarg i zażeń na naruszenia Kodeksu Etyki.

W 2022 roku mieliśmy:

- dwa zgłoszenia dotyczące naruszenia naszej Polityki przejrzystości zostały dokładnie zbadane, a pracownicy zostali odpowiednio ukarani,
- jedno zgłoszenie dotyczące naszej Polityki Antymonopolowej – wdrażamy odpowiednie zmiany na naszej platformie
- pięć zgłoszeń dotyczących naszej Polityki przeciwdziałania zjawiskom niepożądanym takim jak dyskryminacja, molestowanie i mobbing – tylko w jednym przypadku wykryliśmy nieprawidłowości, wdrożyliśmy plan naprawczy oraz wyciągnęliśmy konsekwencje wobec pracownika.

Zapewniamy najwyższą jakość i bezpieczeństwo produktów oferowanych na platformie Allegro, a także jakość obsługi i dostawy. Ściśle współpracujemy z UOKiK i lokalnymi rzecznikami konsumentów. W odpowiedzi na ich specyficzne potrzeby stworzyliśmy specjalny adres e-mail, który ułatwia im kontakt z naszymi pracownikami.

3.3. Zarządzanie ryzykiem

3.3.1. SYSTEM ZARZĄDZANIA RYZYKIEM

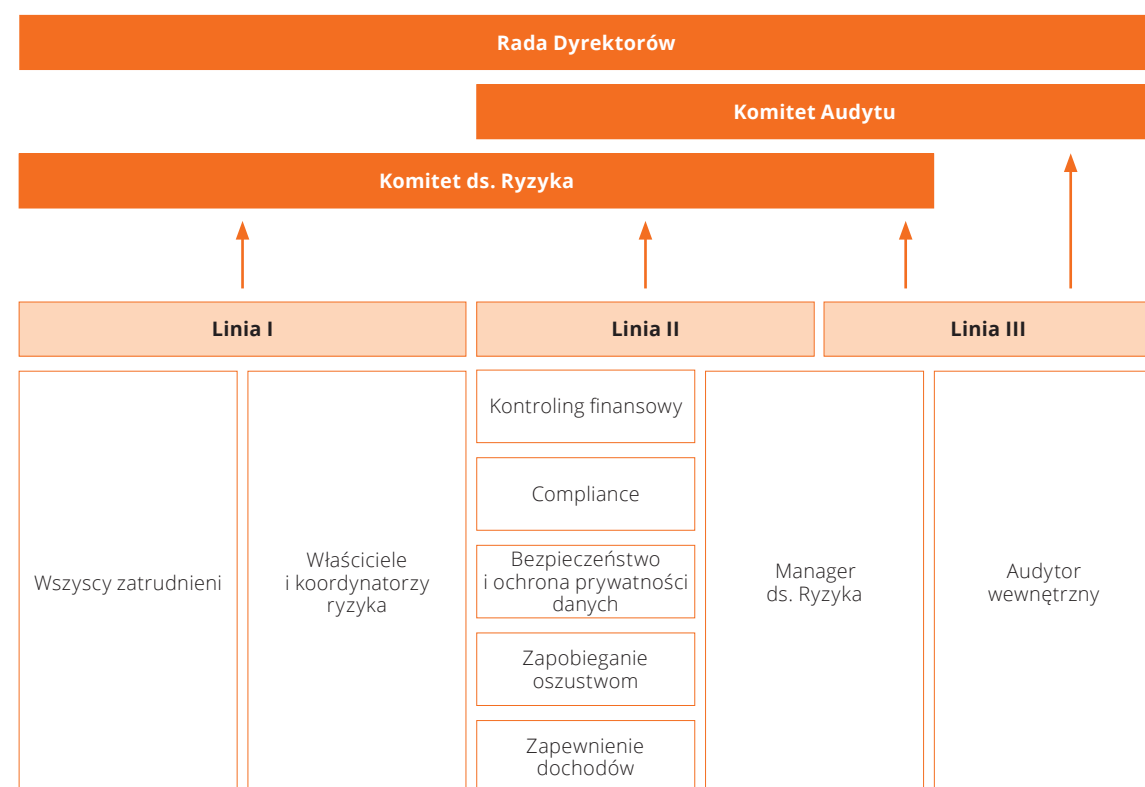
Przy jakichkolwiek działaniach podejmowanych przez Grupę z natury nie ma pewności, czy proces zostanie zakończony, a cele osiągnięte. Wpływ takiej niepewności na procesy i ich cele definiowany jest jako ryzyko. Celem zarządzania ryzykiem jest zwiększenie prawdopodobieństwa, że Grupa osiągnie założone cele i zrealizuje swoje projekty poprzez podjęcie działań ograniczających ryzyko do akceptowalnego poziomu.

W Grupie funkcjonuje system, w którym wszyscy pracownicy uczestniczą w wykonywaniu działań z zakresu zarządzania ryzykiem i kontroli wewnętrznej. System zarządzania ryzykiem został zaprojektowany tak, aby umożliwić nam identyfikację, pomiar, zarządzanie i monitorowanie ryzyka, które może mieć wpływ na osiągnięcie naszych celów strategicznych, operacyjnych,

finansowych, sprawozdawczych i zgodności we wszystkich funkcjach biznesowych i korporacyjnych, a także w zespołach zajmujących się rozwojem projektów.

Celem naszej polityki zarządzania ryzykiem jest zapewnienie spójnego podejścia do pomiaru i ograniczania różnych rodzajów ryzyka. Polityka określa ramową strukturę zarządzania ryzykiem, zakres systemu i jego zasady. Opisuje podejście do zarządzania ryzykiem stosowane przez Grupę oraz poszczególne komponenty systemu.

Istniejący proces zapewnia odpowiedzialność za zarządzanie ryzykiem. Poniżej przedstawiono zakresy odpowiedzialności i kompetencji osób zaangażowanych w proces. Wszyscy pracownicy Grupy są odpowiedzialni za identyfikację i raportowanie ryzyka.



3.3.2. RYZYKA NIEFINANSOWE I KLIMATYCZNE

Pomiar i ujawnianie wyników, ryzyka i kontroli ESG jest niezbędny do zdobycia zaufania interesariuszy i wygenerowania maksymalnej wartości z rynku. Identyfikujemy następujące ryzyka, które są głównymi celami naszych działań ESG. Proces identyfikacji i oceny ryzyka niefinansowego jest integralną częścią systemu zarządzania ryzykiem.

Główne ryzyka	Mapa ryzyk	Więcej o zarządzaniu ryzykiem w dziale
Ryzyko środowiskowe i klimatyczne	Chociaż e-commerce jest bardziej zrównoważony niż tradycyjne formy handlu detalicznego, mamy świadomość, że działalność Grupy wywiera negatywny wpływ na środowisko (np. emisja gazów cieplarnianych, odpady opakowaniowe). Rozwój naszej działalności, bez wdrożenia programów redukcji emisji dwutlenku węgla i energii, a także inicjatyw z zakresu zrównoważonego rozwoju, może skutkować negatywnym wpływem na środowisko. Ramy regulacyjne związane z unijnym Nowym Zielonym Ładem i transformacją środowiskową mogą oznaczać kolejne obowiązki dla detalistów i ewentualnie dla innych podmiotów. Zachodzące zmiany klimatyczne mogą potencjalnie skutkować istotnymi zmianami w działalności, przychodach lub wydatkach. Inicjatywy neutralne pod względem emisji dwutlenku węgla oraz zrównoważone rozwiązania technologiczne, np. zrównoważone opakowania, mogą zwiększyć koszty naszej działalności.	Raport TCFD
Ryzyko społeczne	Negatywny wpływ na markę Grupy może mieć pogorszenie jej publicznego wizerunku lub reputacji w wyniku negatywnego rozgłosu. Wycofanie produktów z rynku, roszczenia z tytułu odpowiedzialności za produkt, naruszenie zasad społecznej odpowiedzialności biznesu, obecność podrobionych towarów naruszających warunki handlowe Grupy lub inne oszustwa na rynku handlu elektronicznego Grupy, które nie zostaną wykryte przez technologię zapobiegającą oszustwom, mogą znacząco zaszkodzić reputacji i działalności Grupy. Skargi użytkowników lub negatywny rozgłos na temat stron internetowych Grupy, produktów, terminów dostaw, procesów zwrotów, warunków pracy jej pracowników (lub pracowników jej podwykonawców lub dostawców), praktyk w zakresie przetwarzania danych użytkowników i bezpieczeństwa lub obsługi klienta, w tym na platformach internetowych, takich jak blogi, internetowe serwisy opinii i portale społecznościowe, mogą mieć istotny negatywny wpływ na reputację Grupy i popularność jej stron internetowych.	Relacje z klientami
Ryzyko związane z prawami człowieka	Mechanizmy kontrolne i prewencyjne struktury zgodności Grupy mogą nie być wystarczające, aby odpowiednio chronić Grupę przed wszystkimi naruszeniami praw człowieka, takimi jak nierówne traktowanie pracowników (zatrudnianie, wynagradzanie, szkolenie i awansowanie itp.) lub inne naruszenia dotyczące partnerów zewnętrznych i dostawców.	Polityka praw człowieka Etyka i zgodność z przepisami

Główne ryzyka	Mapa ryzyk	Więcej o zarządzaniu ryzykiem w dziale
Praktyki pracownicze	<p>Utrata wykwalifikowanego personelu, duża rotacja pracowników lub utrzymujące się trudności z obsadzeniem wolnych stanowisk pracy odpowiednimi kandydatami mogą mieć istotny negatywny wpływ na zdolność Grupy do skutecznego konkurencji w ramach prowadzonej przez nią działalności. Ponadto, w celu pozyskania lub utrzymania wykwalifikowanego personelu, Grupa może być zmuszona do zaoferowania wyższych wynagrodzeń i innych świadczeń, co może prowadzić do zwiększenia kosztów osobowych. Wszelkie niepowodzenia w pozyskiwaniu, szkoleniu, motywowaniu i utrzymywaniu wykwalifikowanego personelu przy rozsądnych kosztach mogą mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki działalności Grupy.</p> <p>Zagrożenia i sytuacje niebezpieczne związane z pracą oraz ryzyko wystąpienia urazu lub choroby zawodowej, w tym wypadków i chorób zawodowych, mogą również istotnie negatywnie wpłynąć na działalność Grupy.</p> <p>Pracownicy pracujący zdalnie mogą nie mieć ergonomicznych i odpowiednich miejsc pracy w domu.</p>	<p>Odpowiedzialne miejsce pracy</p> <p>Różnorodność i inkluzywność</p>
Ryzyko korupcji i innych naruszeń	Grupa może być narażona na incydenty korupcji lub przekupstwa (łapówki, wymuszenia łapówki, wymuszenia w sieci), konflikty interesów lub inne niewłaściwe zachowania, a także brak odpowiedniej ochrony danych osobowych klientów.	Etyka i zgodność z przepisami
Ryzyko cyberbezpieczeństwa i naruszenia prywatnych danych	Grupa polega na zewnętrznych dostawcach centrów danych, których obiekty mogą uciec w wyniku cyberataku. Bezpieczeństwo cybernetyczne, zarządzanie prywatnymi danymi oraz zapewnienie odpowiedniego poziomu bezpieczeństwa naszej infrastruktury stanowią ważne elementy naszej działalności.	Cyberbezpieczeństwo i ochrona danych

Zarząd / Rada Dyrektorów nadzoruje tematy związane ze zrównoważonym rozwojem i klimatem, w szczególności poprzez monitorowanie i nadzorowanie Strategii Zrównoważonego Rozwoju i ESG firmy. Jednocześnie, ponieważ ryzyka klimatyczne i środowiskowe podlegają zarządzaniu ryzykiem i Polityce Zarządzania Ryzykiem, wszyscy zatrudnieni w Grupie są odpowiedzialni za identyfikację i raportowanie ryzyka. Rolą Zarządu jest nadzór nad ryzykiem korporacyjnym, określenie zakresu zarządzania ryzykiem, wyznaczenie kierunków rozwoju systemu zarządzania ryzykiem oraz określenie poziomów apetytu na ryzyko.

Zgodnie z zaleceniami Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD), Allegro starannie mapuje ryzyka klimatyczne, a nawet szersze – środowiskowe. Proces identyfikacji, oceny i zarządzania ryzykiem klimatycznym jest częścią ogólnego procesu zarządzania ryzykiem w Grupie. Więcej informacji na temat TCFD można znaleźć w sekcji dotyczącej klimatu

3.4 Cyberbezpieczeństwo i ochrona danych

3.4.1. KLUCZOWE DANE I WYNIKI W ZAKRESIE CYBERBEZPIECZEŃSTWA I OCHRONY DANYCH

W Allegro zadowolenie klienta zaczyna się od zapewnienia bezpieczeństwa i pewności, że zakup się powiedzie. Oprócz prywatności klientów i ochrony danych, jednym z naszych priorytetów jest zarządzanie cyberbezpieczeństwem. Przyjęte przez Allegro zasady i polityki dotyczące prywatności klientów, ochrony danych i cyberbezpieczeństwa obejmują:

- Politykę bezpieczeństwa (w tym cyberbezpieczeństwa),
- Proces zarządzania incydentami,
- Procedurę obiegu NDA,
- Zasady przechowywania danych osobowych w Allegro sp. z o.o.,
- Procedurę realizacji praw do danych użytkowników Allegro,
- Procedurę zgłaszania naruszeń ochrony danych osobowych do Urzędu Ochrony Danych Osobowych,
- Politykę ciągłości działania.

Zlecamy Ocenę Dojrzałości Cyberbezpieczeństwa, czyli audyt zewnętrzny przeprowadzany co dwa lata. W najnowszym przeglądzie w 2021 roku Allegro uzyskało wynik wyższy niż średnia rynkowa. Kolejny przegląd planujemy w 2023 roku. Dysponujemy wieloma rozwiązaniami bezpieczeństwa, z których wszystkie są na bieżąco monitorowane i ulepszone. Wprowadziliśmy również prywatny i publiczny program Bug Bounty, co oznacza, że umożliwiliśmy użytkownikom powiadamianie naszego działu IT o lukach w zabezpieczeniach wykrytych na naszej platformie.

3.4.2. INTERDYSCYPLINARNY ZESPÓŁ DS. BEZPIECZEŃSTWA

CERT Allegro (Computer Emergency Response Team Allegro) to interdyscyplinarny zespół powołany do podniesienia poziomu bezpieczeństwa w Allegro oraz podniesienia świadomości bezpieczeństwa wśród pracowników i użytkowników. W jego skład wchodzi członkowie zespołów: Zespołu ds. Bezpieczeństwa Informacji, Zespołu Reagowania na Incydenty Bezpieczeństwa Komputerowego, Zespołu ds. Cyberobrony i Prześlęstwa, Zespołu ds. Zwalczania Nadużyć Finansowych oraz Zespołu ds. Współpracy z Organami Ścigania.

CERT ma następujące cele:

- monitorowanie i analizowanie bezpieczeństwa w Allegro,
- reagowanie na zagrożenia cyberbezpieczeństwa,
- wymiana informacji, wiedzy i doświadczeń w zakresie cyberbezpieczeństwa z zewnętrznymi zespołami CERT,
- podnoszenie świadomości w zakresie bezpieczeństwa wśród pracowniczek i pracowników i użytkowników

W ramach swojej działalności CERT koordynuje i obsługuje incydenty i inne zdarzenia związane z zagrożeniami cyberbezpieczeństwa dla Allegro; aktywnie reaguje w przypadku bezpośrednich zagrożeń cyberbezpieczeństwa dla użytkowników; współpracuje z innymi zespołami CERT w Polsce i na świecie, w szczególności w ramach Trusted Introducer; wspiera Zespół Zarządzania Kryzysowego w sytuacjach kryzysowych związanych z cyberbezpieczeństwem oraz opracowuje narzędzia do wykrywania, analizowania i korelowania zagrożeń.

Więcej o CERT Allegro można przeczytać na <https://allegro.pl/cert>

Jesteśmy członkiem Trusted Introducer, inicjatywy największej europejskiej organizacji zespołów reagowania na zagrożenia cyberbezpieczeństwa. Jesteśmy również aktywnymi członkami różnych grup roboczych, w tym Grupy IAB Polska ds. Cyberbezpieczeństwa (przewodniczy jej jeden z naszych pracowników).

3.4.3. OCHRONA DANYCH OSOBOWYCH

Ze względu na charakter naszej działalności mamy dostęp do danych osobowych naszych handlowców i klientów. Ze względu na skalę naszej działalności zarządzamy ogromną ilością danych. Dlatego starannie chronimy dane osobowe.

Jesteśmy w pełni zgodni z RODO. Uważnie monitorujemy decyzje i wytyczne wydane przez Urząd Ochrony Danych Osobowych (UODO) i EROD (Europejską Radę Ochrony Danych), które weryfikujemy i, w razie potrzeby, dostosowujemy nasze działania. Wszyscy pracownicy Allegro przechodzą szkolenia z zakresu polityki bezpieczeństwa oraz RODO. Przeprowadzamy również audyty w celu weryfikacji zgodności z przepisami RODO. Audyt zewnętrzny przeprowadzony w lipcu 2022 r. nie wykazał żadnych istotnych niedociągnięć, chociaż było kilka obszarów, które wymagały poprawy – większość z nich została już poprawiona.

27 grudnia 2022 r. o godz. 9:00 zauważono, że dane osobowe kilkudziesięciu użytkowników i użytkowników Allegro zostały pozyskane nielegalnie, mimo że nie zostały naruszone zabezpieczenia naszej infrastruktury. Problem był incydentalny i nie uzyskano żadnych danych dotyczących płatności. Ściśle współpracujemy z Prezesem Urzędu Ochrony Danych Osobowych (UODO) i innymi właściwymi organami, aby rozwiązać problem. Ponadto natychmiast skontaktowaliśmy się z zainteresowanymi użytkownikami, aby powiadomić ich o podjętych działaniach i dalszych krokach.

W 2022 roku, w związku ze skargami złożonymi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, Allegro było stroną trzecią nowych postępowań. Cztery z sześciu (łącznie toczące się postępowania: sześć w Allegro, jedno w Ceneo) postępowań zakończonych w 2022 r. zakończyły się naganą wydaną przez Urząd (trzy dotyczące Allegro i jedną dotyczącą Ceneo.pl) oraz trzema pozytywnymi decyzjami (Allegro). W 2022 roku na Allegro nie zostały nałożone żadne kary za naruszenie przepisów o ochronie danych osobowych. Na każdym etapie zbierania i przetwarzania danych dbamy o wywiązywanie się z obowiązku poinformowania klienta o celu i zakresie przetwarzania jego danych oraz prawie dostępu do nich i ich poprawiania.

3.4.4. CYBERBEZPIECZEŃSTWO I BEZPIECZEŃSTWO DANYCH

Naszym najwyższym priorytetem jest zapewnienie wysokiego poziomu bezpieczeństwa infrastruktury i danych poprzez zastosowanie podejścia warstwowego. Platforma jest chroniona przez wiele warstw bezpieczeństwa, w tym ochronę przed rozproszonymi atakami typu „odmowa usługi”, systemy wykrywania botów i zapory aplikacji internetowych.

Dokładamy wszelkich starań, aby zapewnić bezpieczeństwo konsumentów oraz chronić systemy i dane konsumentów, które są w nich przetwarzane i przechowywane.

Opracowaliśmy również zasady i procedury zarządzania ryzykiem związanym z bezpieczeństwem danych. Stosujemy techniczne środki bezpieczeństwa, które są okresowo sprawdzane przez audytorów wewnętrznych, zewnętrznych testerów penetracyjnych, a także analityków bezpieczeństwa.

	Grupa	Działalność w Polsce		
	2022	2022	2021	2020
Naruszenia cyberbezpieczeństwa i prywatności danych				
Naruszenia cyberbezpieczeństwa (łącznie liczba zidentyfikowanych wycieków, kradzieży lub utraty danych klientów)	0	0	0	0
Naruszenia prywatności danych (zgłaszane odpowiednim organom)	1	1	1	1

	Grupa	Działalność w Polsce		
	2022	2022	2021	2020
Łączna liczba uzasadnionych skarg dotyczących prywatności:				
Skargi złożone do organu regulacyjnego wymagające podjęcia środków naprawczych	6	4	5	1

Na bieżąco odpowiadamy na wszelkie pytania, prośby i skargi zewnętrznych interesariuszy dotyczące danych osobowych, aczkolwiek nie prowadzimy szczegółowych statystyk różnych rodzajów powiadomień.

lenia onboardingowego prowadzimy również warsztaty świadomości bezpieczeństwa ze studiami przypadków, aby pomóc w rozpoznawaniu kampanii phishingowych.

Jednym z najważniejszych aspektów bezpieczeństwa jest czynnik ludzki i budowanie świadomości wśród pracowników. Wszyscy nasi pracownicy przechodzą szkolenia z zakresu polityki bezpieczeństwa i RODO (w tym informacji ogólnych, a także wewnętrznych polityk i procedur), które odbywają się podczas sesji onboardingowych i powtarzane co roku. Podczas szko-

Organizujemy również dodatkowe szkolenia dla pracowników z zakresu zagrożeń bezpieczeństwa, socjotechniki i prywatności w Internecie. Wykorzystujemy każdą okazję, aby edukować naszych pracowników w zakresie bezpieczeństwa. W tym roku obchodziliśmy między innymi Dzień Bezpiecznego Internetu, Dzień Ochrony Danych. Z okazji Międzynarodowego Miesiąca Cyberbezpieczeństwa zorganizowaliśmy szereg konkursów dla pracowników, takich jak site game w biurach.

[1] Audyt został przeprowadzony dla polskiej platformy Allegro.pl

3.5. Odpowiedzialność za łańcuch dostaw

3.5.1. KLUCZOWE DANE I WYNIKI DLA ŁAŃCUCHA DOSTAW

W 2022 roku współpracowaliśmy z ponad 2 500 zaufanymi firmami, które dostarczyły nam produkty i usługi niezbędne do sprawnego działania Allegro. Wybór dostawcy dla Allegro to wieloetapowy proces, który daje nam pewność, że identyfikujemy najlepszą ofertę i zawieramy umowę z rzetelnym dostawcą.

Proces wyboru dostawcy Allegro:

Krok 1 – Analiza dostawców i rozwiązań

Krok 2 – Ocena wiarygodności i potencjału dostawcy

Krok 3 – Analiza co najmniej trzech ofert handlowych

Krok 4 – Negocjacja warunków współpracy

Krok 5 – Akceptacja warunków i podpisanie umowy o współpracę

Wyróżniamy następujące grupy dostawców Allegro:

- dostawcy dostarczający produkty sprzedawane detalicznie w Oficjalnym Sklepie Allegro,
- dostawcy, z których produktów i usług korzystamy w ramach naszej działalności operacyjnej (np. zarządcy budynków, w których znajdują się nasze biura, dostawcy mediów i oprogramowania, systemów informatycznych, centrów danych, rozwiązań technologicznych i doradczych, usług reklamowych i marketingowych oraz innych usług i produktów),
- dostawcy dzierżawiący grunty pod APM,
- dostawcy usług kurierskich/transportowych

3.5.2. KODEKS POSTĘPOWANIA W ŁAŃCUCHE DOSTAW

Chcemy mieć pewność, że nasi dostawcy przestrzegają zasad podobnych do naszych. W związku z przejściem Mall Group rozpoczęliśmy prace nad zmianami i ujednoczeniem procedur zakupowych dla wszystkich zależnych spółek. Od kwietnia 2022 r. wszyscy dostawcy Allegro otrzymują informacje zawarte w Kodeksie Postępowania Dostawców. Jest on wysyłany do wszystkich dostawców wraz z oświadczeniem o legalności towarów i usług. W listopadzie wprowadziliśmy formularz cyfrowy, który pozwala nam archiwizować informacje o tym, kiedy dokumenty zostały przeczytane przez partnera oraz czy zostały zaakceptowane.

Jeżeli łączna wartość umów z dostawcą przekracza 500 000 zł, dostawca Allegro zostaje włączony do programu monitoringu i ewaluacji oraz zobowiązany jest do zaakceptowania i podpisania Kodeksu Postępowania Dostawców oraz Kwestionariusza dla Dostawców i Partnerów Biznesowych, a także złożenia pisemnej deklaracji o przestrzeganiu Kodeksu Etyki Allegro (Kodeks Allegro) oraz Dziesięciu Zasad inicjatywy UN Global Compact. W umowach dotyczących naszych dostawców kurierskich Kodeks Postępowania oraz Kwestionariusz dla Dostawców zostały zawarte jako integralna część umowy z dostawcami. Dzięki temu możemy zweryfikować ich praktyki etyczne, społeczne i środowiskowe.

W 2022 r. całkowita liczba dostawców wyniosła 2 558, z czego 56 (2,2%) poddano ocenie skutków społecznych, środowiskowych i etycznych. 95% dostawców, którzy zostali poddani ocenie, spełnia kryteria etyczne.

Ocena dostawcy ^[1]	2022	2021	2020
Odsetek nowych dostawców, którzy zostali ocenieni i spełnili kryteria socjalne, środowiskowe i etyczne	95%	95%	99%
Odsetek nowych dostawców poddanych ocenie	2,2% ^[2]	10%	9,7%

Dostawca nie jest zobowiązany do podpisania Kodeksu Etyki Allegro, jeżeli posiada własny kodeks, który jest zgodny z wartościami i zasadami oraz nie odbiega od standardów kodeksu Allegro.

Nasz system obejmuje nie tylko regulacje obowiązujące Allegro, ale także warunki współpracy z dostawcami: Politykę zakupową oraz dodatkowe wymagania, w tym Kodeks Postępowania Dostawców oraz Ankiety dla Dostawców i Partnerów Biznesowych dla każdego kluczowego partnera (tj. dostawcy, którego roczna umowa przekracza 500 000 zł).

Zgodnie z zaleceniami Ministerstwa Finansów, spółki prowadzące działalność w Polsce ustaliły kompleksowy proces weryfikacji dostawców. Dokumenty finansowe, dokumenty rejestracyjne firmy i rachunki bankowe są sprawdzane w celu odrzucenia nierzetelnych dostawców usług. Wprowadziliśmy również politykę zakupową, procedury przetargowe, procedury kontrolne oraz procedury prawne mające na celu minimalizację wszelkich bezprawnych praktyk, naruszeń prawa, korupcji i nadużyć finansowych oraz innych negatywnych konsekwencji nieprzestrzegania przepisów w ramach Grupy Allegro.eu. Ponadto wszystkie procesy zakupowe w Allegro oparte są na zintegrowanych systemach informatycznych, które zapewniają pełną przejrzystość przestrzegania procedur.

Celem procesu weryfikacji partnerów biznesowych w Mall było stworzenie pozytywnych relacji z klientami, dostawcami i pracownikami. Częścią tego procesu jest wypełnienie naszych zobowiązań wobec klientów, pracowników, akcjonariuszy, dostawców, a ponadto zapewnienie zgodności z naszymi zobowiązaniami wynikającymi z prawa. Przygotowano również metody zapobiegania przypadkowemu lub nieumyślnemu

udziałowi Segmentu Mall w oszustwach podatkowych inicjowanych przez nieuczciwych sprzedawców. Ze względu na to, że Grupa Mall stała się częścią Allegro w kwietniu 2022 roku, wcześniej obowiązywały różne procedury zakupowe. Naszym celem na rok 2023 jest ujednoczenie procedur i rozszerzenie procedury weryfikacji kryteriów etycznych na wszystkie spółki Grupy.

We wszystkich operacjach Allegro wprowadziliśmy system ładu korporacyjnego, zarządzania ryzykiem i zgodności. Obejmuje on standardy operacyjne, zapobieganie korupcji, zgodność z prawem konkurencji, zapobieganie konfliktom interesów, ochronę informacji i danych, zapobieganie nieprawnej dyskryminacji oraz ochronę własności i know-how firmy.

Obowiązki dostawców i partnerów biznesowych zgodnie z dziesięcioma zasadami UN Global Compact:

- Zapewnienie zgodności z przepisami
- Poszanowanie praw człowieka
- Zapewnienie najwyższych standardów i warunków pracy dla pracowników
- Ochrona środowiska naturalnego.

[1] Dane nie obejmują eBilet.pl

[2] Wskaźnik obniżył się z powodu zmiany polityki zamówień publicznych. Wszyscy sprzedawcy są w pełni zaznajomieni z Kodeksem Postępowania Allegro, ale weryfikacja etyczna składana jest dla umów powyżej 500 000 zł, a nie 100 000 zł, jak dotychczas.

3.6. Polityka praw człowieka

Allegro prowadzi swoją działalność w sposób etyczny i tego samego oczekuje od swoich partnerów biznesowych oraz osób zatrudnionych. Jako lider zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności firma zgodnie ze wszystkimi obowiązującymi przepisami odpowiada na oczekiwania interesariuszy, a także międzynarodowe i krajowe przepisy i wytyczne. Allegro szanuje prawa człowieka, przysługujące pracownikom i pracowniczkom, a także kontrahentom, oraz oczekuje poszanowania praw człowieka od partnerów biznesowych.

3.6.1. WYTYCZNE POLITYKI W ZAKRESIE PRAW CZŁOWIEKA

W styczniu 2022 roku Zarząd Allegro zaakceptował Politykę Praw Człowieka Allegro. Polityka dotyczy wszystkich zatrudnionych i partnerów biznesowych. Określa ona wymagania z zakresu działalności własnej Allegro (dotyczące pracowniczek i pracowników, działań bezpośrednich, produktów lub usług), a także rekomendacje dla dostawców i partnerów określone w innych dodatkowych dokumentach i politykach, takich jak Kodeks Postępowania Dostawców.

Allegro przestrzega praw człowieka poprzez:

- Przeciwdziałanie powodowaniu lub przyczynianiu się do naruszeń prawa człowieka w efekcie własnych działań, a także przeciwdziałanie skutkom tych naruszeń, jeśli będą miały miejsce,
- Dążenie do zapobiegania naruszeniom praw człowieka lub ograniczania ich skutków, gdy naruszenia te są bezpośrednio związane z działalnością, produktami, usługami, lub relacjami biznesowymi Grupy, również wtedy, gdy nie przyczyniły się do powstania tych skutków.
- Allegro.eu zamierza dołożyć wszelkich starań, aby nie naruszać praw innych osób i reagować na zdarzenia mogące niekorzystnie wpłynąć na proces wdrażania praw człowieka, w który firma mogłaby mieć swój bezpośredni wkład.

1) Celami w zakresie praw człowieka są dla Allegro.eu:

1. Identyfikowanie potencjalnych naruszeń praw człowieka i obszarów, w których mogą one wystąpić;
2. Określenie zakresu procesu Allegro.eu dotyczącego zachowania należytej staranności w zakresie identyfikacji ryzyka, określenie, czy obejmuje on tylko działalność własną firmy, czy również łańcuch wartości i inne działania, a także ustalenie procesu poprzedzającego nawiązanie nowych relacji biznesowych (fuzje, przejęcia, wspólne przedsięwzięcia, itp.);
3. Identyfikowanie problemów, którymi Allegro.eu zajęło się podczas przeprowadzania procesu zapewniania należytej staranności, a także rodzaju grup wrażliwych poddanych analizie w całym procesie;
4. Podkreślanie znaczenia systemu zgłaszania nieprawidłowości i poufnego kanału raportowania;
5. Zapobieganie łamaniu praw człowieka, w tych działaniach, które uniemożliwiają danej osobie korzystanie z praw człowieka lub ograniczają taką możliwość;
6. Edukowanie i podnoszenie kompetencji pracowników i wykonawców Grupy w zakresie praw człowieka;
7. Wspieranie i edukowanie dostawców i partnerów biznesowych w zakresie wdrażania praw człowieka;
8. Aktywne angażowanie się w inicjatywy i działania mające na celu szeroko zakrojoną edukację i promowanie roli biznesu w respektowaniu praw człowieka.

2) Allegro rozwija proces due diligence w zakresie praw człowieka w celu identyfikacji i oceny potencjalnych skutków i zagrożeń związanych z przestrzeganiem praw człowieka poprzez:

1. Należyta staranność w ramach praw człowieka
2. Monitorowanie zagrożeń dla praw człowieka
3. Działania ograniczające ryzyko
4. Działania naprawcze
5. Ocenę potencjalnych problemów z ochroną praw człowieka
6. Monitorowanie skuteczności działań podejmowanych przez Grupę.

3) Allegro zobowiązuje się do zapobiegania:

1. Handlowi ludźmi,
2. Przymusowej pracy,
3. Pracy dzieci.

4) Allegro zobowiązuje się do przestrzegania:

1. Wolności zrzeszania się
2. Prawa do rokowań zbiorowych
3. Prawa do równego wynagrodzenia
4. Prawa do niedyskryminacji.

Chcemy szanować prawa człowieka w całym łańcuchu wartości Allegro.eu. Edukujemy naszych pracowników, dostawców i partnerów biznesowych w zakresie praw człowieka i ochrony praw człowieka. Angażujemy się w inicjatywy mające na celu edukację i promowanie roli biznesu w promowaniu praw człowieka. Zobowiązujemy się do poszanowania wolności zrzeszania się pracowników, prawa do rokowań zbiorowych, równości wynagrodzeń i prawa do niedyskryminacji. Nie zezwalamy na wykorzystywanie handlu ludźmi, pracy przymusowej lub pracy dzieci w naszej organizacji lub firmach chętnych do współpracy z Grupą Allegro.eu. W naszej firmie wdrożyliśmy skuteczny i poufny system raportowania praw człowieka.

Pracownicy Allegro nie są objęci układami zbiorowymi pracy i są reprezentowani przez Reprezentację Pracowników. O niedyskryminacji i równym wynagrodzeniu można przeczytać więcej w sekcji Różnorodność i inkluzywność w rozdziale Ludzie i kultura organizacyjna. Allegro przestrzega obowiązujących przepisów prawa i przestrzega Deklaracji Międzynarodowej Organizacji Pracy dotyczącej podstawowych zasad i praw w pracy, Wytycznych OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych, Wytycznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka oraz Dziesięciu Zasad UN Global Compact. W 2022 r. nie było żadnych incydentów ani przypadków naruszenia praw pracowniczych lub praw człowieka.

3.6.2. ZGODNOŚĆ Z NORMAMI MIĘDZYNARODOWYMI

Odpowiedzialność Allegro za poszanowanie praw człowieka wynika z powszechnie uznanych praw człowieka, które są spójne z prawami zapisanymi w Międzynarodowej Karcie Praw Człowieka/Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka oraz z prawami podstawowymi określonymi w Deklaracji Podstawowych Zasad i Praw w Pracy Międzynarodowej Organizacji Pracy. Szanujemy prawa człowieka w relacjach biznesowych, przestrzegając praw pracowniczych, wolności zrzeszania się, a także Wytycznych ONZ dotyczących biznesu i praw człowieka

oraz Wytycznych OECD dla przedsiębiorstw wielonarodowych (Wytyczne OECD). Jako członek UN Global Compact, Allegro deklaruje przestrzeganie Dziesięciu Zasad UN Global Compact i angażuje się w realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju (SDGs). Ponadto Allegro jest zaznajomione z instrumentami Organizacji Narodów Zjednoczonych związane z prawami ludów tubylczych, kobiet, mniejszości narodowych i etnicznych, religijnych i językowych, dzieci, osób niepełnosprawnych, a także pracowników migrujących i ich rodzin.



3.7. Zaangażowanie zainteresowanych stron

3.7.1. WSPÓŁPRACA I PARTNERSTWO

Jako członek stowarzyszeń branżowych regularnie uczestniczymy w konsultacjach społecznych polskich i unijnych projektów aktów prawnych. Reprezentujemy interesy naszych handlowców, konsumentów i szerszej grupy europejskich firm technologicznych, które nadal aktywnie angażują się w propagowanie cyfryzacji i tworzenie otoczenia prawnego sprzyjającego innowacjom. Pozostajemy w kontakcie z organami rządowymi, takimi jak Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, starając się wspierać edukację i wypracowywać najlepsze standardy rynkowe. Współpracujemy z Rzecznikiem Małych i Średnich Przedsiębiorców oraz publiczną administracją gospodarczą w celu poprawy sytuacji lokalnych przedsiębiorców i zapewnienia im pełnej reprezentacji.

3.7.2. JESTEŚMY CZŁONKIEM NASTĘPUJĄCYCH ORGANIZACJI (STAN NA 1.03.2023):

Organizacje międzynarodowe:

- Ecommerce Europe [Allegro] (since January 2023)
- The European Tech Alliance (EUTA) [Allegro]
- Mobile Native Foundation [Allegro]
- UN Global Compact [Allegro]
- EUIPO [Allegro]
- DOT Europe [Allegro]

Polskie organizacje:

- The Chamber of Digital Economy (Izba Gospodarki Elektronicznej) [Allegro, Ceneo.pl]
- Digital Technology Employers Lewiatan (Związek Pracodawców Technologii Cyfrowych Lewiatan)

- Konfederacja Lewiatan via the trade association Związek Pracodawców Technologii Cyfrowych Lewiatan [Allegro] [eBilet.pl]
 - The Union of Entrepreneurs and Employers (Związek Pracodawców i Przedsiębiorców, ZPP) [Allegro]
 - The IAB Polska Association of Internet Industry Employers (Związek Pracodawców Branży internetowej IAB Polska) [Allegro]
 - Responsible Business Forum (Forum Odpowiedzialnego Biznesu) [Allegro]
 - The Polish Association of Listed Companies (Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych) [Allegro.eu]
 - The Polish Organisation of Non-Bank Payment Institutions (Polska Organizacja Niebankowych Instytucji Płatności) [Allegro Finance]
 - Business Accessibility Forum (Widzialni Foundation) [Allegro] (od marca 2022)
 - Związek Przedsiębiorców Finansowych [Allegro Pay] (od Czerwca 2022)
 - FinTech Poland [Allegro Pay] (od Lutego 2023)
- #### Czeskie organizacje:
- Digital Economy Network [Allegro]
 - Polish Capital Club in Czech Republic [listopad 2022]
 - APEK – Association of E-commerce in Czech Republic [Mall, CZC]

Współpracujemy również z BusinessEurope w ramach Konfederacji Lewiatan [Allegro] oraz Interactive Advertising Bureau Europe w ramach IAB Polska [Allegro]. Jesteśmy również członkiem SME Connect w SME Europe poprzez nasze członkostwo w ZPP.

3.7.3. ANGAŻUJEMY SIĘ W DEBATĘ PUBLICZNĄ W CELU ZWIĘKSZENIA INNOWACYJNOŚCI I KONKURENCYJNOŚCI LOKALNYCH PRZEDSIĘBIORSTW

Jako członek European Tech Alliance (EUTA) oraz innych organizacji biznesowych w Polsce i na poziomie unijnym uczestniczymy w dialogu regulacyjnym. Naszym celem jest stworzenie optymalnych warunków dla innowacji, zapewnienie odpowiedniego wsparcia dla handlowców oraz zapewnienie bezpieczeństwa i przyjazności dla użytkownicy i użytkownika, a także równych szans dla wszystkich, w tym scale-upów. Aby wnieść wkład w toczące się debaty UE, Allegro zaprezentowało swoje EU Tech Credo^[1], w którym podkreślamy, jak ważne jest, aby polityka UE była skutecznie budowana na zasadach takich jak proporcjonalność, inteligentne regulacje i spójność między różnymi celami polityki i przepisami prawnymi. Przepisy regulujące obowiązki platform, podatki, innowacyjne rozwiązania płatnicze, wykorzystanie sztucznej inteligencji i danych powinny umożliwić nam wprowadzanie innowacji i rozwijanie najnowocześniejszych usług bez spowalniania procesów, tworzenia nieuzasadnionych kosztów lub niesprawiedliwych obciążeń administracyjnych.

Allegro postrzega ramy prawne jako ważny czynnik sukcesu i konkurencyjności wszystkich unijnych firm. Dlatego opowiadamy się za przepisami, które wspierają przedsiębiorstwa UE w innowacjach i wykorzystywaniu nowych technologii w celu poprawy usług dla konsumentów. Naszym celem jest ciągłe skupianie się na poprawie doświadczeń naszych klientów i partnerów, pomoc w napędzaniu inwestycji i innowacji oraz zatrudnianie wielkich talentów. Jednocześnie uważamy, że przepisy UE mogą pomóc uczynić z bloku prawdziwy jednolity rynek cyfrowy, który umożliwi przedsiębiorstwom prowadzenie działalności i prosperowanie w różnych krajach, gwarantując, że ustanowione tutaj przepisy będą miały zastosowanie i będą egzekwowalne jednako w odniesieniu do wszystkich przedsiębiorstw prowadzących działalność w całej Europie.

Allegro znalazło się w gronie założycieli i liderów European Tech Alliance (przedstawicielka Grupy była Prezeską w latach 2018-2022, a od 2023 roku członkinią jego Zarządu).

3.7.4 KLUCZOWI INTERESARIUSZE

W Grupie angażujemy interesariuszy w nasze działania, co pozwala nam podejmować lepsze decyzje biznesowe, skuteczniej zarządzać ryzykiem i wspierać innowacyjność firmy.

Do naszych kluczowych grup interesariuszy należą:

- Klienci (kupujący i sprzedający)
- Partnerzy biznesowi
- Dostawcy
- Osoby zatrudnione

- Społeczności lokalne i organizacje pozarządowe
- Administracja
- Krajowe i międzynarodowe organy regulacyjne
- Otoczenie giełdowe
- Otoczenie biznesowe.

Opracowaliśmy szczegółową mapę kluczowych interesariuszy, która pomaga nam skutecznie zarządzać relacjami z nimi. Mapa umożliwia dopasowanie zarówno kanałów, jak i częstotliwości kontaktu do grupy. Dobieramy najbardziej efektywne kanały komunikacji dla każdej grupy.

Grupa	Formy kontaktu
Klienci (kupujący i sprzedający)	<ul style="list-style-type: none"> • Formularz kontaktowy • Czat Allegro • Rozmowa telefoniczna • Sieć WhatsApp • Społeczność Allegro Gadane • Infolinia dla seniorów • Kanał kontaktowy umożliwiający Głuchym użytkownikom prowadzenie czatu wideo z pomocą tłumacza języka migowego online • Ochrona Allegro • Centrum pomocy online • Kanały bezpośredniej komunikacji z doradcami Allegro • Konta w mediach społecznościowych • Badanie NPS • Regularne ankiety online • Współpraca w zakresie ochrony praw • Spotkania ekspertów • Relacje z mediami • Prezentacje online • Witryna dla sprzedających • Centrum pomocy online • Korespondencja • Key Account Manager dla sprzedawców i partnerów biznesowych • Kierownik Sprzedaży • Strona edukacyjna dla kupujących • Kampanie reklamowe i edukacyjne w mediach • Poradniki zakupowe i inspiracje na platformie • Strona firmowa: Allegro.eu, social media • Społeczność Allegro Gadane • Dyskusja ze sprzedawcą • Wewnętrzny system rozpatrywania reklamacji • Procedury pozasądowe dla akceptantów • Zespół ds. Szczególnych przypadków • Program Bezpieczne Zakupy Online (Bezpieczne z@kupy) • Inspektor ochrony danych • Szkolenia i webinaria, w tym Akademia Allegro • Społeczność Allegro Gadane • Kanały bezpośredniej komunikacji z doradcami Allegro • Strona firmowa: Allegro.eu, social media • Dyskusja z kupującym • Wewnętrzny system rozpatrywania reklamacji • Procedury pozasądowe dla akceptantów
Partnerzy biznesowi i dostawcy	<ul style="list-style-type: none"> • Formularz kontaktowy • Raporty okresowe • Spotkania ekspertów • Relacje z mediami • Prezentacje online • Formularz dla dostawców https://about.allegro.eu/vendor-form • Kodeks etyczny dla dostawców i partnerów biznesowych • Wewnętrzny system rozpatrywania reklamacji • Procedury pozasądowe • Współpraca z organem publicznym

[1] <https://about.allegro.eu/static-files/c32463e3-8a82-4ba1-8ee3-f3db25833984>

Grupa	Formy kontaktu
Pracowników	<ul style="list-style-type: none"> • „Let’s Talk” – spotkaniach z zespołem Exec i sesja Q&A • Company update: kwartalne spotkania z zarządem dla wszystkich pracowników, w tym sesja pytań i odpowiedzi • Kanał qa_allegro do zadawania pytań na bieżąco • Inspirujące spotkania Juice Work&Life Academy • Wewnętrzna platforma mediów społecznościowych Insite+ • Wspólnoty tematyczne • Allegro Tech Meeting • Badanie zaangażowania • Komunikacja e-mail • Biuletyny • Reprezentacja pracowników • Spotkania, warsztaty • Let’s Talk & All Hands spotykamy się z zespołem Exec • Szkolenia i platforma MindUp • Przegląd roczny i półroczny (okazja do wzajemnej informacji zwrotnej) • Mentoring • System zgłaszania nieprawidłowości • Program #AllegroLife rzecznictwa pracowniczego • Podcasty
Społeczność lokalna i organizacje pozarządowe	<ul style="list-style-type: none"> • Allegro Foundation • Programy wolontariatu • Allegro Charytatywni • Spotkania edukacyjne w szkołach i na uczelniach • Punkty informacyjne na imprezach • Współpraca z organizacjami pozarządowymi
Administracja oraz krajowe i międzynarodowe organy regulacyjne	<ul style="list-style-type: none"> • Współpraca z polskimi i czeskimi organami rządowymi, w tym z regulatorami rynku • Współpraca z organizacjami biznesowymi i izbami handlowymi • Praca w ramach instytucji UE (Komisja Europejska, Parlament Europejski) • Udział w konsultacjach społecznych na temat projektów aktów prawnych
Otoczenie giełdowe, w tym akcjonariusze	<ul style="list-style-type: none"> • Raporty bieżące i okresowe • Spotkania, konferencje i okrągłe stoły • Kontakt e-mail • Dział Relacji Inwestorskich • Strona korporacyjna • Biuletyny • Walne Zgromadzenie
Otoczenie biznesowe, media i konkurencja	<ul style="list-style-type: none"> • Członkostwo w organizacjach branżowych • Inicjatywy branżowe • Udział w konferencjach i spotkaniach • Konsultacje społeczne • Raporty bieżące i okresowe, aktualizacje firmy • Relacje z mediami • Komunikacja mailowa, bezpośredni kontakt dla mediów • https://magazyn.allegro.pl/

Częstotliwość komunikacji z naszymi interesariuszami zależy od potrzeb i życzeń naszych interesariuszy. Przeprowadziliśmy również ankiety wśród osób zatrudnionych dotyczące kultury i wartości organizacyjnych, satysfakcji oraz wyboru tematów materiałowych do raportu ESG, aby lepiej zrozumieć i zintegrować nasze zespoły.

O problemach naszych akcjonariuszy dowiadujemy się na Walnych Zgromadzeniach, a także poprzez własne badania i analizy. Przeprowadzamy ankiety oraz spotkania z klientami i partnerami biznesowymi, w tym wywiady indywidualne, wywiady grupowe oraz testy użyteczności. Wyniki badań stanowią podstawę naszych projektów i inicjatyw. Stale monitorujemy również internet i przeglądamy media.

Allegro było również głównym Partnerem badania i publikacji Izby Gospodarki Elektronicznej Odpowiedzialny e-commerce 2022

- Dla 67% kupujących online ważne jest, czy sklep internetowy jest biznesem odpowiedzialnym społecznie i czy rozwija się w sposób zrównoważony,
- 35% respondentów przywiązuje wagę do działań na rzecz zrównoważonego rozwoju firmy, od której kupują, np. czy e-sklep działa etycznie, czy jest dostosowany do potrzeb osób ze specjalnymi potrzebami,
- Wśród lojalnych klientów sklepu internetowego średnio 8 na 10 osób bacznie obserwuje jego działania z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu i tym samym decyduje, czy jest on godny zaufania, czy nie.

„Kampania 17 celów” w branży e-commerce

W procesie przygotowania tego raportu wykorzystaliśmy również matrycę oddziaływania, stworzoną w ramach Kampanii 17 Celów^[1], realizowanej we współpracy z CSR Consulting. Jednym z rezultatów projektu była analiza przeprowadzona przez 17 ekspertek i ekspertów, którzy ocenili łącznie 169 zadań Celów Zrównoważonego Rozwoju, poszukując tych, na które największy wpływ ma branża e-commerce. Rezultatem była matryca wpływu branży e-commerce, w której zidentyfikowano 3 kluczowe i 4 dodatkowe cele dla branży.

Kluczowe SDGs zidentyfikowane przez ekspertki i ekspertów dla branży e-commerce:



[1] „Kampania 17 Celów” to pierwsza i największa ogólnopolska międzysektorowa inicjatywa na rzecz Celów Zrównoważonego Rozwoju w Polsce. Zachęca biznes do wnoszenia wkładu w realizację Agendy 2030. Kampania zgromadziła szerokie grono podmiotów: firmy, instytucje rządowe i organizacje pozarządowe pod honorowym patronatem polskiego Ministerstwa Rozwoju. To przykład tego, jak może funkcjonować krajowa, międzysektorowa współpraca na rzecz Agendy 2030.

4. Środowisko i klimat

4.1. Zarządzanie kwestiami środowiskowymi i klimatycznymi

Allegro angażuje się w przeciwdziałanie zmianom klimatycznym i ograniczanie naszego wpływu na środowisko, czego dowodem jest nasza kompleksowa Polityka Klimatyczna. Polityka ta obejmuje szereg działań mających na celu osiągnięcie celów zrównoważonego rozwoju, takich jak wprowadzenie energii odnawialnej, zmniejszenie naszego śladu węglowego poprzez cele oparte na podstawach naukowych, redukcję emisji i udział w międzynarodowych inicjatywach klimatycznych i środowiskowych.

Podjęliśmy szereg działań mających na celu zmniejszenie emisji i zużycia energii, takich jak wprowadzenie rozwiązań gospodarki o obiegu zamkniętym. Zapewniamy również edukację klimatyczną interesariuszom, odbiorcom (klientom i sprzedawcom) oraz osobom zatrudnionym.

Allegro monitoruje i zarządza ryzykiem i szansami klimatycznymi i środowiskowymi, zgodnie z zaleceniami Grupy Zadaniowej ds. Ujawniania Informacji Finansowych Związanych z Klimatem (TCFD). Włączamy również zarządzanie ryzykiem klimatycznym do naszego ogólnego procesu zarządzania ryzykiem.

Polityka Klimatyczna Grupy to zobowiązanie do osiągnięcia bardziej zrównoważonej drogi dla firmy, jej interesariuszy i środowiska.

Działania Allegro zmierzające do identyfikacji i zarządzania wpływem na środowisko w całym łańcuchu wartości są wynikiem rosnących oczekiwań klientów, pracowników, ale także instytucji finansowych i inwestorów. W grudniu 2022 roku Allegro podniosło rating MSCI ESG z „A” do „AA”. Tym samym firma znajduje się wśród 33% najwyższej ocenianych firm w branży handlowej. W ocenie MSCI brane są pod uwagę nie tylko kwestie środowiskowe, ale także społeczne i związane z ładem korporacyjnym.

E-COMMERCE VS. SKLEPY STACJONARNE

Nasze własne badania wykazały, że ze względu na różnice w modelu oraz brak fizycznych sklepów, mniejszą liczbę dojazdów klientów i usprawnioną logistykę, e-commerce powoduje średnio około 40% mniej emisji gazów cieplarnianych na zakupiony przedmiot niż tradycyjne sklepy stacjonarne. Warto wspomnieć, że gdyby to porównanie zostało wykonane w ramach usługi fulfillment (w porównaniu do wysyłki przez merchanta), redukcja CO₂e przekroczyłaby 50%^[1].

[1] Dane własne: Dla porównania wykorzystaliśmy metodę merchant-based, zarówno w wariantach dostawy bezpośredniej na adres, jak i dostawy do automatu paczkowego, przygotowane przez zewnętrznych ekspertów zlecenie Allegro. Nasze kalkulacje dotyczące sklepów stacjonarnych opierały się na naszym doświadczeniu w branży detalicznej i sklepach convenience oraz analizie procesów logistycznych przeprowadzonej przez Allegro i zewnętrznych ekspertów.

4.2. Kluczowe dane i wyniki dla środowiska i klimatu

- **10.4%** mniejsze emisje w całym łańcuchu wartości (Zakres 1, 2 i 3)
- **23%** energii pochodzącej ze źródeł odnawialnych, dzięki gwarancjom pochodzenia
- **12.2%** spadek rok do roku emisji gazów cieplarnianych w Zakresie 3
- **28%** mniejsza intensywność rok do roku emisji w całym łańcuchu wartości (Zakres 1, 2 i 3) w stosunku do przychodów (metoda market-based)
- **3,7 mln** zrównoważonych opakowań wprowadzonych na rynek przez Allegro
- **98%** odpadów z magazynów Allegro zostało poddanych recyklingowi

4.3. Polityka środowiskowa i klimatyczna

Naszą ambicją jest ciągle zmniejszanie negatywnego wpływu na środowisko, przede wszystkim poprzez redukcję emisji, dlatego przyjęliśmy Politykę Klimatyczną i cele klimatyczne zgodne z Porozumieniem Paryskim. Chcemy również aktywnie angażować się w zieloną transformację, aby stać się liderem w gospodarce niskoemisyjnej.

Chcemy być pierwszym miejscem, które klienci wybierają dla zrównoważonych e-zakupów i miejscem wspierającym sprzedawców (głównie MŚP) w ich zrównoważonym rozwoju i wzroście. Tworzymy zrównoważoną bazę produktów. Pracujemy nad zrównoważonymi opakowaniami w centrum logistycznym, a w przyszłości chcemy wprowadzać oznaczenia dla sprzedawców, którzy zapewniają zrównoważone opakowania

Planujemy stać się zrównoważonym liderem na rynku, dzięki ustawionym celom klimatycznym w całym naszym łańcuchu wartości. Jesteśmy w trakcie wdrażania systemu zarządzania środowiskowego ISO 14001 w Polsce, a następnie planujemy rozszerzenie go na inne kraje, w których działamy. Monitorujemy emisję gazów cieplarnianych Grupy i kontynuujemy realizację strategii dekarbonizacji w Polsce. W opracowaniu są cele klimatyczne dla Mall Group, działającej w Czechach, Słowenii, Chorwacji, na Słowacji i Węgrzech.

W marcu 2022 r. przyjęliśmy Politykę Klimatyczną. Zgodnie z nią zobowiązujemy się do maksymalizacji wykorzystania energii odnawialnej, zmniejszenia śladu węglowego w naszej działalności i współpracy z naszymi partnerami biznesowymi w celu zmniejszenia emisji w całym łańcuchu wartości.

W ramach Polityki Klimatycznej angażujemy się w działania i inicjatywy mające wpływ na:

- zmniejszenie emisji i zużycia energii,
- zmniejszenie emisji związanych z zamówieniami wysyłkowymi,
- rozwój niskoemisyjnych centrów logistycznych dla firm sprzedających na platformie Allegro,
- wprowadzenie modelu gospodarki o obiegu zamkniętym, w tym opakowań w 100% pochodzących z recyklingu i opakowań wielokrotnego użytku,
- oferowanie edukacji klimatycznej interesariuszom, w tym klientom i społeczeństwu, w szczególności edukacji i doskonalenia kompetencji klimatycznych i środowiskowych pracowników i pracowniczek

Inicjatywy w ramach naszej Polityki Klimatycznej są jawne i opisane w raportach ESG Allegro. Polityka Klimatyczna Allegro dostępna jest na stronie Allegro.eu

4.3.1. CELE KLIMATYCZNE ZGODNE Z SBTi I ZGODNE Z POROZUMIENIEM PARYSKIM

Allegro jest pierwszą firmą e-commerce i technologiczną z Polski, która we wrześniu 2021 r. dołączyła do inicjatywy Science Based Targets. Już w listopadzie 2022 roku Allegro zostało sklasyfikowane, po wieloetapowym procesie walidacji, jako jedna z firm z zatwierdzonymi przez SBTi celami klimatycznymi. Cele przyjęte przez Allegro zostały wyznaczone zgodnie z naukową metodą SBTi i ścieżką do osiągnięcia celu 1,5 stopnia Porozumienia Paryskiego.

Dołączenie do SBTi, wiarygodnej i uznanej inicjatywy, pomogło nam opracować i zakomunikować cele, a także spełnić oczekiwania inwestorów i spełnić wymogi ratingów ESG. Ustalanie celów opartych na podstawach naukowych jest częścią rocznej praktyki sprawozdawczej spółek, obejmującej kwestionariusz CDP i ocenę, co jest ważne dla inwestorów instytucjonalnych.

Zespół Walidacji Celów SBTi zweryfikował cele Allegro z zakresu 1 i 2 i ustalił, że jest on zgodny z trajektorią 1,5°C. Jest to obecnie jeden z najbardziej ambitnych poziomów zaangażowania w SBTi. SBTi zatwierdziło następujące cele:

Allegro zobowiązuje się do ograniczenia emisji gazów cieplarnianych z zakresu 1 i 2 o 38% do 2030 r., w porównaniu z poziomem roku bazowego 2021. Allegro zobowiązuje się również do zaangażowania 73% swoich największych dostawców i podwykonawców do określenia ich własnych celów klimatycznych zgodnych z metodą naukową do 2027 roku.

Jako lider zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu, Allegro będzie nadal podejmować liczne kroki w kierunku bardziej zrównoważonej przyszłości, w tym:

1. Projekty wdrożeniowe zapewniające energię odnawialną ze stałymi cenami w celu zmniejszenia emisji gazów cieplarnianych w zakresach 1 i 2 (emisje bezpośrednie i pośrednie),
2. Wspieranie, edukowanie i zachęcanie naszych największych dostawców do wprowadzania ich celów klimatycznych,
3. Zapewnienie zrównoważonej i przejrzystej komunikacji na temat naszej ścieżki klimatycznej
4. Monitoring emisji gazów cieplarnianych w Allegro,
5. Kontynuacja integracji strategii ESG ze strategią biznesową.

SBTi jest partnerstwem CDP, United Nations Global Compact, World Resources Institute (WRI) i World Wide Fund for Nature (WWF). Wezwanie do działania SBTi jest jednym ze zobowiązań koalicji We Mean Business Coalition.

SBTi pokazują firmom i instytucjom finansowym, o ile i jak szybko firmy muszą zmniejszyć emisje gazów cieplarnianych, aby zapobiec najgorszym skutkom zmian klimatu, prowadząc je na jasną ścieżkę do dekarbonizacji.



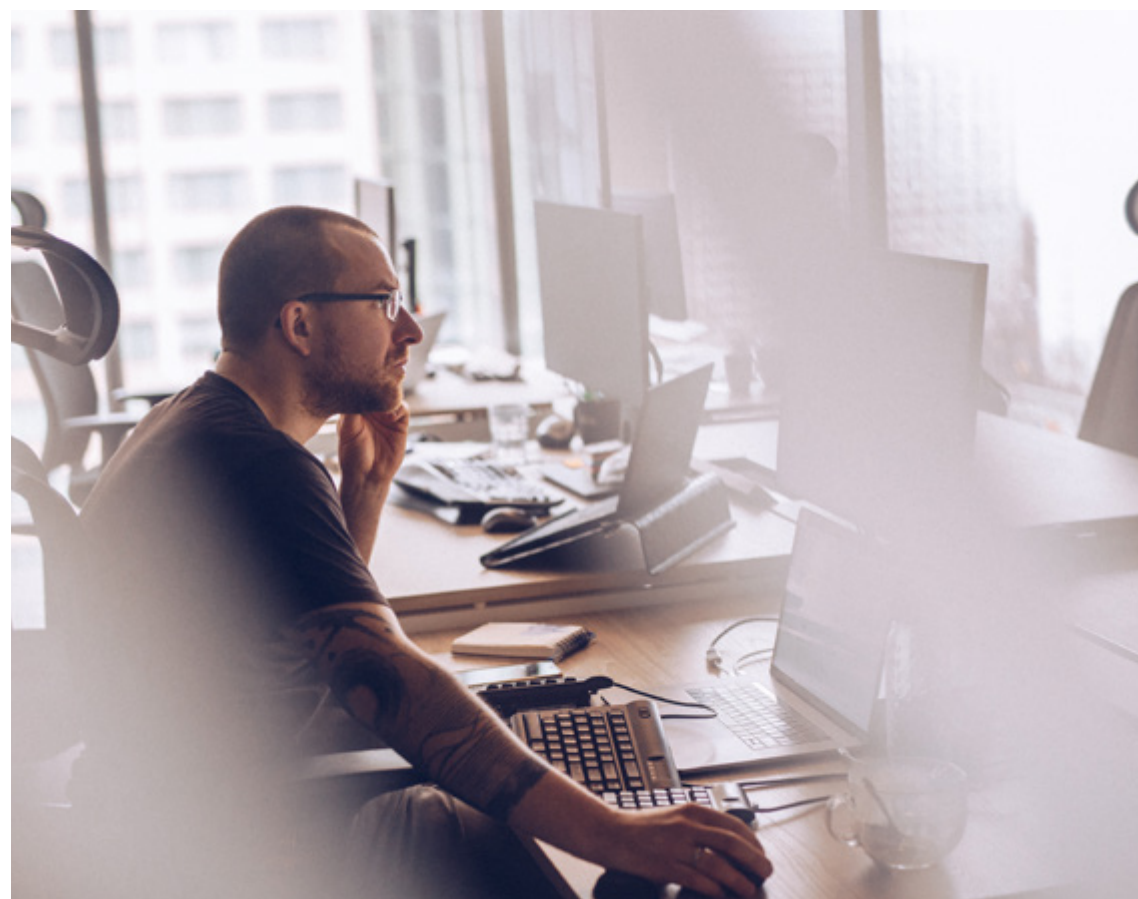
4.4. Ślad węglowy i wpływ na środowisko

Allegro chce być liderem zrównoważonego rozwoju, wyznaczając ambitne cele i torując drogę innym firmom z branży. Wyznaczanie celów redukcji emisji jest dla nas naturalnym krokiem w ograniczaniu negatywnego wpływu na środowisko i zmniejszaniu śladu węglowego, pomimo rozwoju naszej działalności.

Ślad węglowy to całkowita ilość emisji gazów cieplarnianych, które są bezpośrednio i pośrednio uwalniane do atmosfery. Grupa mierzy i ujawnia dane dotyczące śladu węglowego w trzech zakresach (1, 2 i 3), które odzwierciedlają skalę wpływu firmy na środowisko.

Ślad węglowy mierzy wpływ działalności przedsiębiorstwa na ilość gazów cieplarnianych emitowanych do atmosfery, wyrażoną w tonach ekwiwalentu CO₂.

Emisje gazów cieplarnianych Allegro obejmują: zakres 1 – emisje bezpośrednie, zakres 2 – emisje pośrednie oraz zakres 3 – emisje pośrednie odnoszące się konkretnie do dostawców, którzy nie są objęci zakresem 2. Obliczanie śladu węglowego jest pierwszym krokiem do określenia i zarządzania wpływem na środowisko.



4.4.1. EMISJE GAZÓW CIEPLARNIANYCH

Ślad węglowy w trzech zakresach

Grupa Allegro.eu^{[1][2]}, mierzy i ujawnia dane o swoim śladzie węglowym w trzech Zakresach (1, 2 i 3), które odzwierciedlają skalę naszego wpływu na środowisko. Ślad węglowy (carbon footprint) jest miarą emisji gazów cieplarnianych, powstałych w wyniku działalności firmy w roku sprawozdawczym i jest wyrażony jako masa emisji ekwiwalentu CO₂.

Ponieważ w kwietniu 2022 r. Allegro nabyło Mall Group, oraz WE|DO, porównanie zagregowanych wyników z rok do roku byłoby niemiarodajne. Ślad węglowy jest zatem podawany osobno dla struktury Grupy Allegro.eu sprzed przejęcia²³ (zwanej dalej Działalnością w Polsce) oraz zbiorczo dla całej Grupy Allegro.eu po przejęciu²⁴. Porównania rok do roku dotyczą wyłącznie struktury Grupy Allegro.eu sprzed przejęcia.

Emisje gazów cieplarnianych przez Allegro obejmują:

Zakres 1: wszystkie bezpośrednie emisje uwolnione z naszej działalności operacyjnej. W przypadku Allegro są to m.in. gaz ziemny, zużycie paliwa w pojazdach oraz wycieki czynników chłodniczych.

Zakres 2: pośrednie emisje gazów cieplarnianych wynikające z konsumpcji zakupionej energii elektrycznej i ciepłej.

Zakres 3: pośrednie emisje gazów cieplarnianych nieujęte w Zakresie 1 i 2, które występują w całym łańcuchu wartości. Obejmuje one emisje powstałe w wyniku zakupu towarów i usług (dostawa wody, papieru, produkty zakupione w ramach działalności 1P, opakowania, transport towarów zorganizowany przez Sprzedawców, marketing, doradztwo oraz inne towary i usługi), dóbr inwestycyjnych, emisje związane energią i paliwami WTT, transport upstream, odpady i ścieki, podróże służbowe, dojazdy pracowników i pracę zdalną, transport downstream, wykorzystanie sprzedanych produktów, utylizację sprzedanych produktów, aktywa dzierżawione downstream.

Całkowita emisja gazów cieplarnianych w Grupie w Zakresie 1 i 2 w odniesieniu do całkowitej liczby pracowników wynosi 3,02 t CO₂e na pracownika (metoda market-based) oraz 3,86 t CO₂e na pracownika (metoda location-based)^[3].

W porównaniu z rokiem 2021, emisje gazów cieplarnianych z Działalności w Polsce w Zakresie 1 i 2 w odniesieniu do całkowitej liczby pracowników wzrosły o 52% (metoda market-based) i o 99% (metoda location-based)^[4].

[1] Obliczenia śladu węglowego dla struktury Allegro przed przejęciem Grupy Mall i WE|DO obejmowały emisje z Allegro Sp. z oo, Ceneo.pl Sp. z o.o. i eBilet Polska Sp. z o.o. a także Allegro Pay Sp. z oo, Opennet.pl Sp. z oo, Allegro Finance Sp. zo.o. (Z oceny wykluczono Allegro.eu S.A., Allegro Treasury S.à r.l., Adinan Super Topco Employee Benefit Trust oraz SkyNet Customs Brokers Sp. z oo).

[2] Obliczenia śladu węglowego dla struktury Grupy Allegro.eu po przejęciu uwzględniały (oprócz działalności polskich) emisje za kwiecień-grudzień 2022 r. z Mall Group a.s. oraz WE|DO CZ s.r.o., WE|DO SK s.r.o., Internet Mall, a.s., Internet Mall Slovakia s.r.o., Internet Mall d.o.o., Internet Mall Hungary Kft., m-HU Internet Kft., AMG Media a.s., Mimovrste d.o.o., CZC.cz s.r.o. (z oceny wykluczono Netretail sp. z oo, Allegro.eu S.A., Allegro Treasury S.à r.l., Adinan Super Topco Employee Benefit Trust oraz SkyNet Customs Brokers Sp. z oo).

[3] Dla lokalizacji (zwłaszcza w Segmencie Mall), gdzie nie były dostępne rynkowe wskaźniki emisji, przyjęto lokalne wskaźniki emisji z założeniem, że dane zostaną poprawione w kolejnym roku.

[4] Liczba pracowników przyjęta do obliczeń: Polskie Działalności – 4025, cała Grupa Allegro.eu – 5921.

Emisje GHG w odniesieniu do przychodów (t CO ₂ e / mln PLN)	Grupa		Działalność w Polsce		
	2022	2022	2021*	YoY [2]	2020
Emisje z Zakresu 1 i 2 (metoda market-based) (t CO ₂ e) w odniesieniu do przychodów (mln PLN) [1]	1,98	2,22	2,19	2%	2,30
Emisje z Zakresu 1 i 2 (metoda location-based) (t CO ₂ e) w odniesieniu do przychodów (mln PLN)	2,54	2,97	2,23	33%	2,25
Całkowite emisje (Zakres 1, 2 i 3) (metoda market-based) (t CO ₂ e) w odniesieniu do przychodów (mln PLN) [1]	39,54	32,82	45,43	-28%	33,87
Całkowite emisje (Zakres 1, 2 i 3) (metoda location-based) (t CO ₂ e) w odniesieniu do przychodów (mln PLN)	40,10	33,56	45,48	-26%	33,82

Emisje GHG w odniesieniu do przychodów (t CO ₂ e/mln EUR)	Grupa		Działalność w Polsce		
	2022	2022	2021*	YoY [2]	2020
Emisje z Zakresu 1 i 2 (metoda market-based) (t CO ₂ e) w odniesieniu do przychodów (mln EUR) [3]	9,29	10,41	10,01	4%	10,29
Emisje z Zakresu 1 i 2 (metoda location-based) (t CO ₂ e) w odniesieniu do przychodów (mln EUR)	11,88	13,91	10,23	36%	10,09
Całkowite emisje (Zakres 1, 2 i 3) (metoda market-based) (t CO ₂ e) w odniesieniu do przychodów (mln EUR) [3]	185,21	153,70	207,96	-26%	151,53
Całkowite emisje (Zakres 1, 2 i 3) (metoda location-based) (t CO ₂ e) w odniesieniu do przychodów (mln EUR)	187,80	157,20	208,19	-24%	151,33

Dane za rok 2020 nie są porównywalne ze względu na korektę metodologii.

W porównaniu z rokiem 2021, w 2022 r. emisje GHG z Zakresu 1 i 2 wzrosły o 26,2% (metoda market-based) i 64,9% (metoda location-based). Wynika to ze zwiększonego zużycia ciepła i energii elektrycznej, a także większego zużycia paliw w źródłach stacjonarnych i mobilnych. W celu zmniejszenia swojego wpływu na środowisko, w 2021 roku Allegro przystąpiło do inicjatywy Science-Based Target i zobowiązuje się do zmniejszenia emisji gazów cieplarnianych z Zakresu 1 i 2 o 38% do 2030 roku (w porównaniu do 2021 roku).

[1] metodyka obliczeń za rok 2021 została skorygowana

[2] porównania rok do roku dotyczą struktury Grupy sprzed przejęcia Mall

[3] dla lokalizacji, gdzie nie były dostępne wskaźniki emisji specyficzne dla danego rynku, przyjęto wskaźniki emisji specyficzne dla danej lokalizacji, przy założeniu, że dane zostaną poprawione w kolejnym roku

[4] Average exchange rates (EUR/PLN 2022: PLN 4.68; 2021: PLN 4.58; 2020: PLN 4.47).

Emisje bezpośrednie z Zakresu 1 wzrosły o 38,3% r/r. Wzrost ten wynika z wykorzystania gazu ziemnego, głównie w centrum logistycznym w Adamowie (Fulfillment Center), oraz wyższego zużycia paliw w porównaniu z rokiem poprzednim.

Emisje z Zakresu 2 wzrosły o 25,6% r/r (metoda market-based) i o 66,3% r/r (metoda location-based). Mniejszy wzrost emisji obliczonych zgodnie z metodą market-based wynika z wykorzystania energii elektrycznej

z odnawialnych źródeł – w 2022 roku 22,99% zużytej energii elektrycznej pochodziło z OZE (w porównaniu do 15,47% w 2021 roku).

Emisje gazów cieplarnianych z Zakresu 3 zmniejszyły się o 12,2%. Kategorie, w których emisje zmniejszyły się najbardziej, to zakupione towary i usługi oraz dobra inwestycyjne. Największy wzrost odnotowano w kategorii downstream transport i dystrybucja.

Źródło emisji GHG [t CO ₂ e] [4]	Grupa		Działalność w Polsce		
	2022	2022	2021*	YoY [2]	2020
Zakres 1	1 421,76	802,01	579,89	38,3%	250,58
Zakres 2 (metoda market-based) [3]	16 440,14	13 966,59	11 122,08	25,6%	8 941,53
Zakres 2 (metoda location-based)	21 414,42	18 929 85	11 382,50	66,3%	8 763,48
Zakres 3	338 228,59	203 293,04	231 490,80	-12,2%	126 201,76
Zakres 1+2 (metoda market-based) [3]	17 861,89	14 768,60	11 701,97	26,2%	9 192,11
Zakres 1+2 (metoda location-based)	22 836,18	19 731,87	11 962,39	64,9%	9 014,06
Zakres 1+2+3 (metoda market-based) [3]	356 090,48	218 061,64	243 192,77	-10,3%	135 393,87
Zakres 1+2+3 (metoda location-based)	361 064,77	223 024,90	243 453,19	-8,4%	135 215,82

[1] metodyka obliczeń za rok 2021 została skorygowana

[2] porównania rok do roku dotyczą struktury Grupy Allegro.eu sprzed przejęcia Mall

[3] dla lokalizacji, gdzie nie były dostępne wskaźniki emisji specyficzne dla danego rynku, przyjęto wskaźniki emisji specyficzne dla danej lokalizacji, przy założeniu, że dane zostaną poprawione w kolejnym roku

[4] Zidentyfikowane i uwzględnione w obliczeniach gazy cieplarniane to CO₂, CH₄ i N₂O, które zostały wyrażone jako ekwiwalent CO₂. Nie zidentyfikowano biogennej emisji CO₂. Jako rok bazowy przyjmuje się rok 2021. Źródłami wskaźników emisji były KOBIZE (Krajowe Centrum Zarządzania Emisjami) dla energii elektrycznej i ciepła w Polsce, dane publikowane przez dostawców energii elektrycznej, Exiobase 3.4 2019 dla wartości pieniężnych oraz DEFRA (Department of Environment, Food and Rural Affairs w Wielkiej Brytanii rząd) inaczej. Współczynniki GWP oparte na czwartym raporcie oceniającym (AR4) Międzyrządowego Zespołu Narodów Zjednoczonych ds. Zmian Klimatu (IPCC) oraz dzięki wykorzystaniu bazy danych DEFRA (Greenhouse gas report: conversion factors 2022) dla niewielkiej liczby wskaźników na piątym Sprawozdanie z oceny (AR5). Tam, gdzie było to możliwe, dokonano obliczeń dla każdej spółki zależnej, a wyniki skonsolidowano zgodnie z kontrolą operacyjną. Uwzględniono 100% emisji z poszczególnych lokalizacji Polskich Działalności. Nie uwzględniono emisji z dóbr inwestycyjnych Segmentu Mall. Wielkość emisji z produkcji zużytej energii elektrycznej obliczono według dwóch metod: lokalizacyjnej (emisja związana z energią elektryczną obliczona przy użyciu średnich krajowych wskaźników emisji) oraz rynkowa (emisja związana z energią elektryczną obliczona z wykorzystaniem wskaźnika emisji specyficznej dla sprzedawcy energii). W metodzie lokalizacyjnej zastosowano średni wskaźnik emisji dla krajów. W metodzie rynkowej zastosowano wskaźniki emisji dla dostawców energii. Dla lokalizacji, dla których nie były dostępne rynkowe wskaźniki emisji, przyjęto lokalizacyjny wskaźnik emisji z założeniem, że w kolejnym roku dane zostaną poprawione

Zakres 1 [t CO ₂ e]	Grupa		Działalność w Polsce		
	2022	2022	2021*	YoY [2]	2020
Gaz ziemny	868,99	628,75	437,46	43,7%	190,92
Olej napędowy	172,81	20,70	27,73	-25,4%	20,35
Benzyna	270,48	43,10	51,73	-16,7%	37,61
Samochody hybrydowe	109,47	109,47	51,96	110,7%	1,69
LPG	—	—	11,01	-100,0%	—

Zakres 2 [t CO ₂ e]	Grupa		Działalność w Polsce		
	2022	2022	2021*	YoY [2]	2020
Zużycie energii elektrycznej (metoda market-based) [3]	14 823,35	12 520,66	10 575,74	18,4%	8 359,38
Zużycie energii elektrycznej (metoda location-based)	19 797,64	17 483,92	10 836,16	61,3%	8 181,33
Zużycie energii ciepłej	1 616,78	1 445,93	546,35	164,7%	582,15

Zakres 3 [t CO ₂ e]	Grupa		Działalność w Polsce		
	2022	2022	2021*	YoY [2]	2020
Kat. 1 – Zakupione usługi i towary	206 559,10	95 913,35	97 803,21	-1,9%	75 030,71
Kat. 2 – Dobra inwestycyjne	17 308,93	16 459,95	47 582,00	-65,4%	14 642,84
Kat. 3 – Paliwa i energia niezawarte w Zakresie 1 i 2	1 960,81	1 527,91	2 962,07	-48,4%	1 254,50
Kat. 4 – Upstream – transport i dystrybucja	8 649,32	3 117,48	—	n/d	—
Kat. 5 – Odpady generowane w trakcie prowadzenia działalności	424,59	79,30	13,90	470,5%	4,93
Kat. 6 – Podróże służbowe	563,52	526,65	133,88	293,4%	73,55
Kat. 7 – Dojazdy pracowników do pracy	1 409,47	867,38	3 060,00	-71,7%	3 060,00
Kat. 9 – Downstream – transport i dystrybucja	80 993,89	79 745,79	54 455,03	46,4%	32 041,77
Kat. 11 – Wykorzystanie sprzedanych produktów	13 469,61	1 550,67	6 360,15	-75,6%	—
Kat. 12 – Postępowanie ze sprzedanymi produktami po zakończeniu ich użytkowania	6 880,10	3 495,32	2 296,56	52,2%	6,41
Kat. 13 – Downstream – wynajęte aktywa	9,25	9,25	14,00	-33,9%	87,04

[1] metodyka obliczeń za rok 2021 została skorygowana

[2] porównania rok do roku dotyczą struktury Grupy Allegro.eu sprzed przejęcia Mall

[3] dla lokalizacji, gdzie nie były dostępne wskaźniki emisji specyficzne dla danego rynku, przyjęto wskaźniki emisji specyficzne dla danej lokalizacji, przy założeniu, że dane zostaną poprawione w kolejnym roku

Obliczenia emisji GHG zostały przeprowadzone zgodnie z The Greenhouse Gas Protocol A Corporate Accounting i Reporting Standard Revised Edition, z wykorzystaniem podejścia inwentaryzacyjnego oraz przesiewowego – w przypadku braku możliwości zastosowania pierwszej opcji (tylko w przypadku braku danych ilościowych w niektórych podkategorjach zastosowano podejście przesiewowe z wykorzystaniem bazy danych environmentally-extended input output (EEIO) odpowiedniej dla Europy – Exiobase 3.4 2019, rekomendowanej przez The European Environment Agency (EEA).

Emisje z Zakresu 3 zostały obliczone zgodnie z następującymi założeniami:

- Kat. 1 Zakupione Dobra i Usługi – obliczenia oparte o wskaźniki emisji DEFRA 2022 oraz szacowanie emisji na podstawie bazy danych Exiobase 3.4 2019. Kategoria ta obejmuje emisje z produktów zakupionych w ramach działalności 1P, zużycie wody wodociągowej, materiałów biurowych, materiałów opakowaniowych, usług w chmurze, a także innych towarów i usług zaksięgowanych jako wydatki operacyjne nie ujętych w innych miejscach.
- Kat. 2 Dobra inwestycyjne – emisje z dóbr inwestycyjnych zaksięgowanych jako nakłady inwestycyjne nieujętych w innych miejscach, oszacowane przy użyciu bazy danych Exiobase 3.4 2019. Emisje z zakupu automatów paczkowych Allegro One Box i związanego z nimi sprzętu informatycznego, wykorzystano wskaźniki emisji DEFRA 2022.
- Kat. 3 Paliwa i energia niezawarte w Zakresie 1 i 2 – emisje z produkcji i dystrybucji energii elektrycznej oraz paliw – na podstawie rzeczywistych danych o zużyciu energii z Zakresu 1 i 2 oraz wskaźników emisji DEFRA 2022.
- Kat. 4 Upstream – transport i dystrybucja – emisje z transportu realizowanego przez bezpośrednich partnerów Grupy Allegro.eu zostały obliczone przy użyciu wskaźników emisji DEFRA 2022.
- Kat. 5 Odpady generowane w trakcie prowadzenia działalności – emisje z odpadów i ścieków generowanych w budynkach biurowych i magazynach oraz z oczyszczania ścieków – na podstawie rzeczywistych danych o wytwarzanych odpadach i ściekach oraz wskaźników emisji DEFRA 2022.
- Kat. 6 Podróże służbowe – emisje z podróży samolotem, samochodem i pociągiem – na podstawie rzeczywistych informacji o podróżach i wskaźników emisji DEFRA 2022.
- Kat. 7 Dojazdy pracowników do pracy – emisje z pracy zdalnej i dojazdów pracowników do pracy zostały oszacowane z wykorzystaniem wskaźników emisji DEFRA 2022 oraz informacji o średnim zatrudnieniu w spółkach Grupy, w tym informacji o pracy zdalnej.

[1] Wykluczono emisje z pobytów pracowników w hotelach podczas podróży służbowych.

[2] Emisje z pracy zdalnej oszacowano na podstawie przyjętych założeń: 1. Podczas pracy w domu pracownik korzysta z komputera (50W) i monitora (70W). 2. Czas pracy wynosi 8 godzin, 251 dni w roku. 3. Wykorzystano informacje dotyczące pracy zdalnej dla poszczególnych firm w 2022 roku. 4. Zużycie energii pomnożono przez wskaźnik referencyjny dla energii elektrycznej. Aby zachować zgodność z metodologią GHG Protocol, emisje z pracy zdalnej zostały przypisane do Zakresu 3 – Kategoria 7.

Emisje z dojazdów pracowników oszacowano na podstawie przyjętych założeń: 1. Pracownicy magazynowi: pracownicy magazynu dojeżdżają do pracy 5 dni w tygodniu; średnia odległość z domu do magazynu – 30 km; rodzaj transportu: 50% ogółu pracowników magazynu – pociąg, 50% ogółu pracowników magazynu – samochód (3 osoby na 1 samochód). 2. Pracownicy biurowi: Pracownicy biurowi zostali podzieleni na w pełni stacjonarnych, hybrydowych i w pełni zdalnych; środek transportu: samochód: 5% ogółu pracowników biurowych (w aucie 1,5 osoby), odległość z domu do pracy – 10 km; autobus: 45% wszystkich pracowników biurowych, odległość z domu do pracy – 10 km; kolej i tramwaj: 45% wszystkich pracowników biurowych, odległość z domu do pracy – 10 km; metro: 5% ogółu pracowników biurowych, odległość z domu do pracy – 10 km.

- Kat. 8 Upstream wynajęte aktywa – emisje niedotyczące Grupy Allegro.eu.
- Kat. 9 Downstream – transport i dystrybucja – transport sprzedanych produktów środkami transportu niezależnymi od organizacji z zastosowaniem wskaźników emisji DEFRA 2022.
- Kat. 10 Przetwarzanie sprzedanych produktów – emisje niedotyczące Grupy Allegro.eu.
- Kat. 11 Wykorzystanie sprzedanych produktów – emisje bezpośrednie (Zakres 1) i pośrednie (Zakres 2) z wykorzystania produktów energochłonnych, sprzedanych użytkownikom końcowym, obliczone przy użyciu wskaźników emisji DEFRA 2022.
- Kat.12 Postępowanie ze sprzedanymi produktami po zakończeniu ich użytkowania – emisje związane z końcem cyklu życia produktów – na podstawie rzeczywistych danych o zakupionych materiałach oraz wskaźników emisji DEFRA 2022. Kategoria ta obejmuje etap końca życia produktów zakupionych w ramach działalności 1P.
- Kat.13 Downstream – wynajęte aktywa – emisje związane z biurami podnajmowanymi firmom zewnętrznym w lokalizacjach, w których Grupa Allegro.eu posiada biura.
- Kat. 14 Franczyzy – emisje niedotyczące Grupy Allegro.eu.
- Kat. 15 Inwestycje – emisje niedotyczące Grupy Allegro.eu.

Poniższa tabela przedstawia nasze wskaźniki zużycia energii, materiałów, wody, odpadów i ścieków oraz podróży, które zostały wykorzystane do obliczenia emisji GHG.

Zużycie energii ^[1]	Grupa		Działalność w Polsce	
	2022	2022	2021 ^[2]	2020
Energia elektryczna [GJ]	108 980,48	88 950,78	59 828,79	40 935,77
Energia cieplna [GJ]	15 450,17	11 847,63	5 661,64	6 032,60
Gaz ziemny [GJ] ^[3]	15 690,50	11 342,25	7 893,50	3 445,61
Benzyna [GJ]	3 866,05	616,06	1 483,50	543,24
Olej napędowy [GJ]	2 311,87	276,89	372,85	274,20
LPG [GJ]	—	—	167,27	—
Łącznie [GJ]	146 299,07	113 033,60	75 407,54	51 231,42

[1] Wskaźniki wykorzystane do przeliczenia energii na jednostkę GJ pochodzą z dokumentu KOBIZE Wartości opałowe (WO) i wskaźniki emisji CO₂ (WE) w roku 2019 do raportowania w ramach Systemu Handlu Uprawnieniami do Emisji za rok 2022 oraz Rozporządzenia Ministra Środowiska z grudnia 2019 r. w sprawie wykazów zawierających informacje i dane o zakresie korzystania ze środowiska oraz o wysokości należnych opłat.

[2] Metodyka obliczeń za rok 2021 została skorygowana

[3] centra dystrybucyjne i logistyczne

Zużycie mediów	Grupa		Działalność w Polsce	
	2022	2022	2021 ^[1]	2020
Energia elektryczna [MWh]	30 272,36	24 708,55	16 619,11	11 371,05
Energia cieplna [GJ]	15 450,17	11 847,63	5,66	6 032,60
Gaz ziemny [m ³] ^[2]	429 171,16	310 236,55	216 023,40	94 296,82
Benzyna [l]	115 589,03	18 419,20	44 354,38	16 241,94
Olej napędowy [l]	64 005,33	7 665,78	10 342,06	7 591,40
LPG [l]	—	—	7 072,92	—

[1] Metodyka obliczeń za rok 2021 została skorygowana

[2] Centra dystrybucyjne i logistyczne

[SFDR 5] [SFDR 6] Zużycie energii elektrycznej	Grupa		Działalność w Polsce	
	2022	2022	2021 ^[1]	2020
Zużycie energii elektrycznej (MWh)	30 272,36	24 708,55	16 619,11	11 371,05
Wykorzystanie energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych (OZE) (MWh) ^[3]	5 680,16	5 680,16	2 570,71	—
% wykorzystania energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych (OZE)	18,76%	22,99%	15,47%	—
Intensywność zużycia energii elektrycznej (MWh/mln PLN)	3,36	3,72	3,10	2,84
Intensywność zużycia energii elektrycznej (MWh/mln EUR) ^[2]	15,73	17,40	14,21	12,73

[1] Metodyka obliczeń za rok 2021 została skorygowana

[2] Średnie kursy wymiany walut (EUR/PLN 2022: PLN 4,68; 2021: PLN 4,58; 2020: PLN 4,47)

[3] Energia odnawialna: Energia pozyskiwana ze źródeł, które są niewyczerpalne, np. wiatr, woda, energia słoneczna, energia geotermalna i biopaliwa

Water consumption	Grupa		Działalność w Polsce	
	2022	2022	2021*	2020
Zużycie [m ³]	20 574,93	11 910,06	5 656,66	4 627,03
Emisje z wody i ścieków [t CO ₂ e]	8,66	5,01	2,44	5,07
Woda odzyskana (przetworzona/ponownie wykorzystana) [m ³]	—	—	—	—
Odprowadzanie nieoczyszczonych ścieków [m ³]	20 574,93	11 910,06	5 656,66	4 627,03

[1] Metodyka obliczeń za rok 2021 została skorygowana

Chcemy zminimalizować zużycie wody, a ponieważ jej pobór jest wykorzystywany tylko na potrzeby biur i pracowników, a nie na cele produkcyjne, w biurach

podejmowane są pewne inicjatywy, aby osiągnąć ten cel. Powodem wzrostu zużycia wody była zwiększona liczba pracowników pracujących w biurach w 2022 roku.

Materiały zakupione w biurach	Grupa		Działalność w Polsce	
	2022	2022	2021 ^[1]	2020
Papier [ryzy]	6 944,00	1 297,00	1 698	2 438
Koperty [szt.]	390 905,00	365 598,00	40 000	70 000
Papier biletowy [kg]	2 708,78	1 999,50	—	1 671,90

Przyczyną wzrostu ilości materiałów zakupionych w biurach była zwiększona liczba pracowników pracujących w biurach w 2022 roku.

Opakowania zużyte w magazynie [t]	Grupa		Działalność w Polsce	
	2022	2022	2021 ^[1]	2020
Opakowania kartonowe – 100% papieru z recyklingu	2 033,47	652,79	555,19	234,85
Oryginalna folia – bez recyklingu	131,87	73,83	54,17	48,80
Drewno półpaletowe	45,30	45,30	91,54	9,97
Wypełniacze i folie w pełni podlegające recyklingowi, folia HDPE	71,57	—	—	7,30
Opakowania kartonowe – bez recyklingu	51,44	51,44	—	—

We wszystkich biurach i magazynach firmy prowadzona jest gospodarka odpadami oparta o recykling odpadów, zgodnie z przepisami obowiązującymi w Polsce. Firma prowadzi monitoring oraz raportowanie zagospodarowania wprowadzonych na rynek zużytych opakowań

oraz zagospodarowania odpadów powstałych na skutek działalności. Podejmowane są działania zmierzające do ograniczenia ilości odpadów oraz ponownego użycia sprzętów elektrycznych.

Odpady ^[2]	Grupa		Działalność w Polsce	
	2022	2022	2021 ^[1]	2020
Odpady ogółem [t]	1 648,82	735,58	340 62	185 00
Odpady poddane recyklingowi [t]	796,54	562,30	297 86	179 60
Odpady nie poddane recyklingowi[t]	852,29	173,28	42 76	6 58

[1] Metodyka obliczeń za rok 2021 została skorygowana

[2] W przypadku braku danych dotyczących metod przetwarzania odpadów przyjęto uśrednione udziały poszczególnych metod przetwarzania odpadów w oparciu o oficjalne statystyki właściwe dla danych lokalizacji.

Nasze biura w Warszawie, Poznaniu i Krakowie uzyskały certyfikaty zrównoważonego budownictwa z bardzo wysokimi wynikami w swojej kategorii w Polsce. Biuro Nowy Rynek w Poznaniu jest certyfikowane w systemie WELL Health-Safety Rating^[2]. W Fabryce Norblina w Warszawie zastosowany zostanie szereg zrównoważonych rozwiązań – uzyskały one wstępną certyfikację BREEAM^[3] z oceną bardzo dobrą w fazie projektowania. Budynek biurowy Lubicz w Krakowie, w którym zlokalizowane jest nasze biuro, posiada certyfikat BREEAM na poziomie doskonałym.

Ponadto wszystkie biura stanowią dobrze skomunikowane lokalizacje, o znacznych powierzchniach i licznych udogodnieniach dla pracowników.

Jedną z naszych serwerowni realizuje projekt mający na celu poprawę efektywności energetycznej oraz wykorzystanie ciepła odpadowego w centrum przetwarzania danych. Celem tych inicjatyw jest zaoszczędzenie większej ilości energii elektrycznej i zmniejszenie zanieczyszczenia powietrza spowodowanego emisjami. Wprowadzono inteligentny system zarządzania energią, który pomaga ograniczyć emisję CO₂.

Podróże służbowe	Grupa		Działalność w Polsce	
	2022	2022	2021 ^[1]	2020
Podróże lotnicze [pasażero-km]	1 905 926,80	1 874 207,68	587 903,92	292 295,00
Podróże kolejowe [pasażero-km]	2 796 712,00	2 780 648,00	730 680,00	552 543,00
Podróże samochodami [pasażero-km]	615 563,43	438 932,06	232 895,44	146 620,93

Przyczyną wzrostu liczby podróży służbowych była nowa polityka podróży służbowych po zakończeniu ograniczenia COVID-19 oraz zwiększona liczba pracowników pracujących w biurach w 2022 r. Ponadto przejęcie Mall Group i WE|DO zwiększyło zapotrzebowanie na podróże lotnicze na znacznie większym obszarze geograficznym Grupy, a w szczególności między Warszawą, Poznaniem i Pragą.

W latach 2020, 2021 i 2022 nie doszło do uwolnienia czynników chłodniczych.

[1] metodyka obliczeń za rok 2021 została skorygowana

[2] System WELL Health-Safety Rating oznacza, że inwestycja została zrealizowana mając na celu dobrostan pracowników: zrównoważone, bezpieczne i zdrowe miejsce pracy

[3] BREEAM to międzynarodowy system niezależnej, zewnętrznej certyfikacji budynków, grup budynków i projektów infrastrukturalnych pod kątem zgodności z zasadami zrównoważonego rozwoju

4.5. Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD, Grupa Zadaniowa ds. Ujawniania Informacji Finansowych Związanych z Klimatem)

Zgodnie z zaleceniami Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD, Grupa Zadaniowa ds. Ujawniania Informacji Finansowych Związanych z Klimatem), Allegro prowadzi systematyczną identyfikację, ocenę, zarządzanie i hierarchizację zagrożeń i szans związanych z klimatem. Spółka określiła ryzyka i szanse związane z klimatem dla dwóch scenariuszy klimatycznych i trzech scenariuszy czasowych.

Zalecenia TCFD	Metoda realizacji
Określenie perspektywy krótko-, średnio- i długoterminowej	<ul style="list-style-type: none"> perspektywa krótkoterminowa – od 2022 do 2025 (obecny okres prognozy wyników) perspektywa średnioterminowa – od 2025 do 2030 (w oparciu o średniokresowe cele klimatyczne UE) perspektywa długoterminowa – od 2030 do 2050 (w oparciu o długoterminowe cele klimatyczne UE)

Przygotowując scenariusze klimatyczne i oceniając ryzyko, Allegro.eu korzystało z danych Międzypaństwowego Zespołu do spraw Zmian Klimatu (IPCC). Wyodrębniono dwa warianty RCP (Representative Concentration Pathways)^[1]:

- RCP 2.6 – wariant zakładający wzrost temperatury o ok. 1,5°C do końca stulecia;
- RCP 8.5 – wariant zakładający wzrost temperatury o ok. 4°C do końca stulecia.

Wybrane scenariusze klimatyczne zostały rozpisane pod względem warunków lokalnych i potencjalnego wpływu na sektor. Poniżej zidentyfikowaliśmy kluczowe megatrendy w Europie i w Polsce, które stanowiły podstawę do analizy ryzyk i szans związanych z klimatem.

[1] Reprezentatywne ścieżki stężeń (RCP) są określane jako ścieżki, aby podkreślić, że ich głównym celem jest zapewnienie zależności od czasu prognoz stężeń gazów cieplarnianych w atmosferze, zarówno określonego długoterminowego wyniku stężenia, jak i trajektorii, która jest przyjmowana w czasie, aby osiągnąć ten wynik. Są one reprezentatywne dla kilku różnych scenariuszy, które mają podobne właściwości wymuszania radiacyjnego i emisji i mają na celu przyspieszenie przygotowania zintegrowanych scenariuszy. Obecne RCP IPCC opisują cztery możliwe scenariusze przyszłości klimatu, z których wszystkie są uważane za możliwe w zależności od ilości gazów cieplarnianych emitowanych w przyszłości – RCP 2.6 zakłada, że światowe roczne emisje gazów cieplarnianych (mierzone w ekwiwalentach CO₂) osiągną szczyt między 2010 a 2020 r. emisje znacznie spadają później; RCP 4.5 zakłada, że emisje osiągną szczyt około 2040 r., a następnie spadną; w RCP 6 emisje osiągną szczyt około 2080 r., a następnie spadają; podczas gdy RCP 8.5 zakłada, że emisje będą nadal rosły w XXI wieku (Międzypaństwowy Zespół ds. Zmian Klimatu (IPCC), „Towards new Scenarios for Analysis of Emissions, Climate Change, Impacts, and Response Strategies”, wrzesień 2007 r. Spotkanie ekspertów IPCC raport)

Scenariusz podstawowy	Scenariusz alternatywny
Scenariusz zakładający 1,5-2°C (zgodnie z Porozumieniem Paryskim)	Scenariusz zakładający 4°C
Wyższe prawdopodobieństwo i skala ryzyk transformacyjnych (w średnim i długim okresie): <ul style="list-style-type: none"> ✓ Realizacja celów UE dotyczących redukcji emisji na lata 2030 i 2050 ✓ Polska przyjmuje i osiąga cel neutralności klimatycznej lub osiąga go z niewielkim opóźnieniem ✓ Wejście w życie wszystkich regulacji ogłoszonych przez UE oraz implementacja kolejnych (np. rozszerzenie EU ETS) ✓ Znaczący wzrost kosztów emisji ✓ Znaczący wzrost świadomości ekologicznej konsumentów, większy popyt na produkty niskoemisyjne ✓ Znaczący wzrost cen energii ✓ Brak negatywnego wpływu na wzrost gospodarczy Polski ✓ Szybszy niż kiedykolwiek wzrost wydajności technologii OZE 	Mniejsze prawdopodobieństwo i skala ryzyk transformacyjnych (w średnim i długim okresie): <ul style="list-style-type: none"> • Nieosiągnięcie celów UE dotyczących redukcji emisji na lata 2030 i 2050 • Polska nie realizuje celu neutralności klimatycznej, znacznie od niego odbiega • Wejście w życie wszystkich regulacji ogłoszonych przez UE, przy czym możliwe są odstępstwa w zakresie terminów osiągnięcia poszczególnych celów dekarbonizacyjnych dla gospodarki i poszczególnych branż • Umiarkowany wzrost kosztów emisji • Znaczący wzrost świadomości ekologicznej konsumentów, większy popyt na produkty niskoemisyjne • Stopniowy i umiarkowany wzrost cen energii • Wolniejszy niż oczekiwano wzrost wydajności w technologiach OZE

- Zgodnie z ustaleniami IPCC dotyczącymi skutków zmiany klimatu w perspektywie krótkoterminowej, różnice we wzroście temperatury do 2035 r. dla dwóch scenariuszy RCP są nieistotne.
 - Ustalenia te zostały potwierdzone w kontekście Polski przy użyciu narzędzia modelowania Banku Światowego opartego na scenariuszach stosowanych przez IPCC.
 - Dla obu scenariuszy przeanalizowano następujące parametry: wzrost średnich miesięcznych temperatur, opadów atmosferycznych oraz liczby dni gorących w roku (>35°C).
- Źródło: IPCC AR5 [\[link\]](#), Bank Światowy [\[link\]](#)
- Identyfikacja i ocena ryzyk zostały przeprowadzone zgodnie z zasadą rezydualności, tzn. z uwzględnieniem istniejących w Allegro mechanizmów zarządzania ryzykiem, przyjętej strategii i wyznaczonych celów. Ponadto ryzyka i szanse zostały zidentyfikowane i ocenione w oparciu o metodę ekspercką, tj. poprzez celowy dobór osób uczestniczących w procesie. Proces identyfikacji i oceny ryzyk i szans składał się z czterech etapów: identyfikacji ryzyk w poszczególnych scenariuszach, oceny ryzyka w poszczególnych scenariuszach (TCFD), analizy i kalibracji ocen ryzyka w poszczególnych scenariuszach, identyfikacji kluczowych zagrożeń i możliwości związanych z klimatem.

OCENA RYZYK KLIMATYCZNYCH

Wyniki oceny ryzyk w krótkim, średnim i długim okresie w dwóch scenariuszach klimatycznych:

GRUPA RYZYK	RYZYKO KLIMATYCZNE	2025	2030		2050	
			4°C	<2°C	4°C	4°C
Regulacyjne	Ryzyko nasilenia wymagalności i zwiększonej dokładności prowadzenia sprawozdawczości pozafinansowej w kwestiach klimatycznych	wysokie	▲	=	=	=
	Ryzyko ograniczenia możliwości realizacji dostaw przez pojazdy spalinowe w centrach miast.	wysokie	▲	=	▲	▲
Rynkowe	Ryzyko spadku dostępności OZE dla realizacji celów strategicznych	wysokie	▲	=	▼	=
	Ryzyko wzrostu obciążeń finansowych związanych z zakupem energii elektrycznej	wysokie	▲	▲	=	▲
	Ryzyko wzrostu obciążeń finansowych związanych z potencjalnymi inwestycjami rozwojowymi (CAPEX)	średnie	▲	=	=	=
	Ryzyko wzrostu obciążeń finansowych związanych z najmem powierzchni (OPEX)	średnie	▲	▲	=	▲
	Ryzyko spadku zainteresowania produktami cechującymi się negatywnym wpływem na środowisko ze względu na rosnącą świadomość konsumentów	niskie	▲	=	▲	▲
	Ryzyko wprowadzenia tzw. podatku węglowego, co może skutkować spadkiem konkurencyjności produktów oferowanych na platformie	niskie	▲	=	=	=
	Ryzyko niewywiązania się z obietnic klimatycznych, np. niedostateczna podaż energii z OZE	wysokie	▲	=	▼	=
(Chroniczne) Fizyczne	Ryzyko braku ciągłości dostaw energii elektrycznej spowodowanego nagłymi zjawiskami pogodowymi	niskie	=	▲	▲	▲

Ryzyko: ■ niskie; ■ średnie; ■ wysokie

Trend: ▼ spadek ryzyka; = bez zmian; ▲ wzrost ryzyka

LISTA ZIDENTYFIKOWANYCH SZANS KLIMATYCZNYCH ORAZ ICH OCENA

Wraz z identyfikacją ryzyk dokonano także identyfikacji szans. Ich ocenę w krótkim, średnim i długim okresie prezentuje poniższa tabela:

SZANSE KLIMATYCZNE	2025	2030		2050	
		<2°C	4°C	<2°C	4°C
Potencjalny wzrost wartości firmy ze względu na awans w ratingach ESG	wysoka	▲	=	▲	▲
Potencjalny spadek kosztów energii dzięki poprawie efektywności energetycznej	wysoka	=	=	=	=
Wzrost zaangażowania i lojalności sprzedawców w kwestie zagadnień klimatycznych oraz zapewnienie sprzedawcom możliwości realizacji swoich zobowiązań (w tym wymogów regulacyjnych) wynikających ze zmian klimatycznych	wysoka	▲	▲	▲	▲
Wzrost zaangażowania pracowników dzięki realizacji założonych celów klimatycznych (firma postrzegana jako przyjazna środowisku)	średnia	▲	▲	▲	▲
Potencjalny wzrost dostępności i/lub spadek kosztów finansowania dla firm ze zdefiniowanymi celami klimatycznymi	średnia	▲	=	=	=
Potencjalny wzrost zaangażowania klientów i popytu na część produktów cechujących się zrównoważonym wpływem na środowisko	średnia	▲	▲	▲	▲

Szansa klimatyczne: ■ średnia; ■ wysoka

Trend: ▼ spadek ryzyka; = bez zmian; ▲ wzrost ryzyka

[TCFD Strategy B]

Proces określania ryzyk i szans, które mogą mieć wpływ finansowy, opierał się na charakterze ich wpływu na działalność Grupy Allegro. Spośród wszystkich zidentyfikowanych ryzyk, ryzyka regulacyjne oraz większość ryzyk rynkowych okazały się mieć wpływ finansowy na Grupę Allegro.eu poprzez wzrost kosztów operacyjnych i inwestycyjnych działalności Grupy.

4.6. Zrównoważone pakowanie i dostawy

Wspieramy naszych klientów w zmniejszaniu śladu węglowego poprzez dostarczanie produktów przez One Fulfillment by Allegro, One Point by Allegro (punkty odbioru), opakowania wytworzone w sposób zrównoważony oraz APM: One Box by Allegro.

4.6.1. ONE FULFILLMENT BY ALLEGRO

One Fulfillment by Allegro to kompleksowa usługa dla sprzedawców, która obejmuje przechowywanie, pakowanie i dostarczanie zamówień, a także obsługę klienta w całym procesie dostawy. Dystrybucja produktów zakupionych na Allegro z jednego centrum logistycznego jeszcze bardziej skróci czas dostawy, zapewni wysoką jakość obsługi klienta oraz zmniejszy wpływ na środowisko m.in. poprzez konsolidację zamówień do jednej paczki.

4.6.2. AUTOMATY PACZKOWE I PUNKTY ODBIORU

Z początkiem listopada 2021 roku Allegro rozpoczęło rozbudowę sieci APM: One Box by Allegro. Klienci Allegro mogą teraz przyłączyć się do szeregu inicjatyw zrównoważonego rozwoju podczas odbierania zamówień. Nasza partnerska sieć punktów PUDO (odbior, zwrot) umożliwia klientom odbiór zamówienia następnego dnia po wysyłce i zapewnia sprzedawcom wygodną metodę wysyłki i zarządzania zamówieniami na jednej platformie. Ślad węglowy korzystania z APM czy punktów odbioru jest niższy w porównaniu z opcją kurierską, według własnych wyliczeń Allegro, a także innych badań przeprowadzonych w branży, emitują one znacznie mniej gazów cieplarnianych niż przesyłki bezpośrednie (tj. usługi kurierskie).

Średnio obserwujemy 1/3 emisji mniej. Wynika to z faktu, że w przypadku automatów paczkowych odległość przebyta w ostatnim etapie dostawy do klienta jest znacznie niższa w porównaniu z operacjami kurierskimi ze względu na fakt, że kurier zostawia wiele paczek w jednym miejscu, a nie odwiedza wielu domów (co skutkuje mniejszą liczbą przejechanych kilometrów i mniejszym zużyciem benzyny lub oleju napędowego).

4.6.3. ZRÓWNOWAŻONE OPAKOWANIA

61% internautów i internatek zwróciło uwagę na zrównoważony aspekt opakowań produktów, wynika z raportu „Odpowiedzialny E-commerce” Izby Gospodarki Elektronicznej (e-Izba).

3,7 mln zrównoważonych opakowań (z certyfikowanych surowców, pochodzących z recyklingu i mogących się poddać recyklingu) wprowadzonych na rynek przez Allegro w 2022 roku .

W 2022 roku Allegro zachęcało swoich klientów do korzystania ze zrównoważonych opakowań poprzez zestaw webinarów. Klienci byli wielokrotnie informowani za pośrednictwem poczty elektronicznej o głównych kwestiach związanych z odpowiedzialnym i zrównoważonym pakowaniem. E-maile cieszyły się dużym zainteresowaniem z CTR (Click Through Rate) wyższym od średniej.

W sklepie Allegro_Pack sprzedawcy mogą bezpośrednio kupować opakowania wykonane z certyfikowanych materiałów pochodzących z recyklingu i biodegradowalnych wypełniaczy, aby zmniejszyć ich wpływ na środowisko. W takich przypadkach Allegro nie pobiera marży, aby nie czerpać korzyści finansowych ze sprzedaży zrównoważonych materiałów i opakowań online.

Opakowania posiadają międzynarodowe certyfikaty potwierdzające, że surowce użyte do ich produkcji pochodzą z recyklingu, zostały pozyskane w sposób zrównoważony w całym łańcuchu i nadają się do recyklingu (certyfikat FSC®). Tam, gdzie to możliwe, stosujemy automatyczne blokowanie skrzynek dolnych, które znacznie ograniczają potrzebę stosowania taśmy. Pudełka zostały również zaprojektowane tak, aby zmniejszyć ilość odpadów procesowych już na linii produkcyjnej, jak najlepiej wykorzystując tekturę.

Liczba opakowań pochodzących z recyklingu wprowadzonych na rynek przez Allegro w 2022 roku wzrosła o 108% w porównaniu z 2021 rokiem, ze względu na zwiększoną sprzedaż i przejście z plastiku na papier.



[1] applies only to Next Day offers

4.7. Inicjatywy środowiskowe

W Allegro promujemy gospodarkę obiegu zamkniętego. Po odebraniu pierwszej paczki z One Box lub One Point klienci otrzymują bezpłatny kod na zwrot zużytego sprzętu elektrycznego w One Box. Jest on przekazywany firmie recyklingowej, która naprawia go (w razie potrzeby) i daje mu drugie życie.

Chcemy dać zarówno sprzedającym, jak i kupującym wiedzę i narzędzia do wprowadzenia zasad gospodarki o obiegu zamkniętym w ich łańcuchach wartości. Dlatego przeprowadziliśmy cykl webinarów i przeprowadziliśmy kampanię upcyklingową dla klientów. Dokładamy wszelkich starań, aby wszystkie produkty wysyłane przez Oficjalny Sklep Allegro i usługę One Fulfillment by Allegro były pakowane przy użyciu zrównoważonych materiałów opakowaniowych, takich jak opakowania z recyklingu, taśma papierowa i wypełniacze biodegradowalne, i zamierzamy wdrożyć więcej wysiłków w celu zminimalizowania odpadów wysyłanych na wysypiska i obniżenia śladu węglowego w całym łańcuchu dostaw.

4.7.1. DZIELNIA – EKONOMIA WSPÓŁDZIELENIA W WARSZAWIE

Cieszymy się, że możemy angażować się i wspierać inicjatywy promujące dobre praktyki w ekonomii współdzielenia i koncepcję „zero waste”. „Podaj dalej” to pilotażowy projekt uruchomiony przez Miasto Stołeczne Warszawa – Praga-Południe, w ramach którego przestrzenie publiczne są adaptowane na miejsca, w których ludzie mogą się spotykać, wymieniać zużyte przedmioty w dobrym stanie, dzielić się jedzeniem i organizować wydarzenia edukacji ekologicznej. [Więcej o projekcie.](#)

4.7.2. KOALICJA ANTYSMOGOWA

Allegro zabrania oferowania produktów niezgodnych z wymogami, w tym pieców węglowych, które nie spełniają wymogów prawnych. W marcu 2020 roku podpisaliśmy umowę o współpracy z Ministerstwem Rozwoju, Pracy i Technologii, Polskim Alarmem Smogowym oraz prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK). W ramach Koalicji Antysmogowej usunęliśmy z naszej platformy wszystkie oferty z piecami węglowymi, które nie spełniają wymogów prawnych. Piece mogą być oferowane do sprzedaży tylko wtedy, gdy do oferty dołączone są wymagane certyfikaty. W 2021 roku usunęliśmy 413 ofert, aczkolwiek w 2022 roku było ich tylko 13. Dodatkowo, aby zapewnić jeszcze wyższy poziom bezpieczeństwa, Allegro wprowadziło w swoim regulaminie zapis, że piece mogą być oferowane do sprzedaży tylko wtedy, gdy do oferty dołączona jest wymagana dokumentacja (certyfikaty).

4.7.3. ALLEGRO JEST PARTNEREM PLATFORMY „PARTNERSTWO DLA KLIMATU”

Partnerami „Partnerstwa dla Klimatu” są organizacje i instytucje, takie jak jednostki rządowe i samorządowe, ambasady, organizacje pozarządowe oraz instytucje, dla których ochrona klimatu jest priorytetem. Celem Platformy jest prowadzenie innowacyjnych działań edukacyjnych i promocyjnych związanych z problematyką zmian klimatu. W ramach platformy organizowane są różne wydarzenia podnoszące świadomość, w tym konferencje, debaty, happeningi, wystawy. Uczestniczymy w spotkaniach i dzielimy się wiedzą. Partnerstwo dla Klimatu, którego koordynatorem jest Miasto Stołeczne Warszawa.

4.7.4. RADA ZIELONEJ TRANSFORMACJI KONFEDERACJI LEWIATAN

Jesteśmy członkiem Rady Zielonej Transformacji Konfederacji Lewiatan i angażujemy się w prace grup roboczych opiniujących i konsultujących regulacje i strategię wchodzące w skład Europejskiego Zielonego Ładu. Grupy te przygotowują merytoryczne ekspertyzy, stanowiska, strategię, opinie regulacji, a także aktywnie współpracują z administracją publiczną nad ostatecznym kształtem proponowanych rozwiązań.

4.7.5. ALLEGRO NA ŚWIATOWYM FORUM MIEJSKIM

World Urban Forum było globalną konferencją wysokiego szczebla na temat zrównoważonej urbanizacji, zwołaną przez Program Narodów Zjednoczonych ds. Osiedli Ludzkich (UN-Habitat), polskie Ministerstwo Funduszy Rozwoju i Polityki Regionalnej, UN Global Compact i Urząd Miasta Katowice.

Allegro, jako członek nieformalnej Rady Biznesu, wzięło udział w okrągłych stołach wysokiego szczebla poświęconych rekomendacjom dla zrównoważonych miast organizowanych przez UNGlobal Compact. Jednym z nich była Greener Urban Futures, organizowana przez Allegro z Polityką Insight. Rozmawialiśmy o najważniejszych wyzwaniach i współpracy miast z biznesem, z posłami i przewodniczącym Parlamentarnego Zespołu ds. Miast, przedstawicielami urzędów miast (Warszawa, Poznań, Rzeszów, Katowice), ekspertami miejskimi oraz instytucjami takimi jak UN Global Compact, UNEP/GRID i Ambasada Danii w Polsce.

4.7.6. DOBROSTAN ZWIERZĄT

Chronimy również dziką przyrodę. Od wielu lat współpracujemy z PTOPI Salamandra – Polskim Towarzystwem Ochrony Przyrody. Naszym celem jest wyeliminowanie ofert zagrożonych gatunków (CITES) i pomoc w zwalczaniu nielegalnego handlu dziką fauną i florą. To partnerstwo pozwala nam identyfikować nielegalne oferty i usuwać je z platformy.

4.8. Zrównoważona i ekologiczna edukacja

4.8.1. EDUKACJA DLA KLIENTÓW

Angażujemy się w liczne inicjatywy dla sprzedawców mające na celu zwiększenie świadomości ekologicznej i oferowanie praktycznych wskazówek, jak być bardziej zrównoważonym. W ramach Akademii Allegro, gdzie zamieściliśmy darmowe webinary i kursy na temat opakowań zero-waste i tego, jak być zrównoważonym sprzedawcą.

W ramach podnoszenia świadomości na temat świadomych rozwiązań opakowaniowych, takich jak materiały pochodzące z recyklingu i biodegradowalne, Allegro zorganizowało kilka wydarzeń i inicjatyw, w tym webinarium, filmy, podcasty, panele eksperckie oraz kampanie edukacyjne zarówno dla klientów, jak i sprzedawców:

- edukacyjne materiały wideo dotyczące recyklingu papieru (+3,6 tys. wyświetleń)
- ekspercki Panel poświęcony zrównoważonym trendom w e-commerce (+3,3 tys. wyświetleń)
- Filmy edukacyjne dla klientów na temat upcyklingu materiałów opakowaniowych (dom dla Twojego zwierzaka i folder dokumentów)(+900 wyświetleń)
- raport „Opakowania w e-commerce: trendy, nowości i wyzwania” (2 400 wyświetleń, 1 700 pobrań)

- webinary i podcasty: „Opakowania i odpady w Polsce i za granicą”, „Czy zabraknie opakowań kartonowych w e-commerce?”, „Trendy w opakowaniach w e-commerce” oraz „Jak budować zrównoważony łańcuch dostaw” (łącznie 2 290 uczestników)
- udział w warsztatach „MONDI Talks” dotyczących wyzwań e-commerce.
- webinar edukacyjny dla handlowców na temat formalnych wymogów zgłaszania odpadów generowanych (BDO) i zużytych materiałów opakowaniowych (ERP)

„Opakowania z recyklingu” zostało nagrodzone w kategorii Przedsiębiorstwo – Promocja podczas konkursu Stena Circular Economy Awards – Lider Gospodarki Obiegu Zamkniętego.

Allegro zostało wyróżnione w kategorii Przedsiębiorstwo – Promocja. Projekt został doceniony za: sprzedaż certyfikowanych zrównoważonych materiałów opakowaniowych bez dodatkowej marży w celu promowania zrównoważonych opakowań i zmniejszenia produkcji odpadów oraz działania edukacyjne wobec sprzedawców i klientów – promowanie koncepcji upcyklingu i recyklingu

Również w listopadzie 2022 roku Allegro otrzymało wyróżnienie za działania na rzecz promocji materiałów pochodzących z recyklingu w e-commerce podczas gali „GOZpodarz 2022” organizowanej przez Pracodawców RP.

4.8.2. EDUKACJA PRACOWNIKÓW

Webinarium na temat globalnego ocieplenia podczas Dnia Ziemi

W Dniu Ziemi, 22 kwietnia, Allegro Foundation zorganizowała webinar „Dlaczego śnieg w kwietniu nie zwiastuje globalnego ochłodzenia? – popularne mity na temat zmian klimatycznych na świecie”. Webinar poprowadzili bloger i blogerka z Crazy Nauka, dziennikarz i autorka książki „Fakt, bez mitu”, w której zajmują się najsłynniejszymi mitami naukowymi. Rozpowszechnione mity na temat zmian klimatycznych powodują, że problem jest bagatelizowany przez decydentów, prowadzą do wzmocnienia lobby węglowego i mają realny wpływ na przyszłość naszą i naszych dzieci. Ważne jest, aby skutecznie identyfikować i obalać te mity. Webinarium zostało nagrane i przetłumaczone symultanicznie z języka polskiego na angielski.

4.8.3. EDUKACJA DZIECI

Współpraca Allegro Foundation ze Smart Kids Planet

Allegro i Allegro Foundation są jednym z partnerów Smart Kids Planet – interaktywnego centrum dla dzieci w wieku 0-10 lat. Na małych odkrywców czeka aż 50 wciągających atrakcji w dziewięciu strefach tematycznych. Atrakcje mają na celu rozwijanie u dzieci kompetencji przyszłości i dobrych nawyków, w oparciu o światowy trend edutainment, czyli edukacji przez rozrywkę. W strefie stworzonej we współpracy z Allegro Foundation dzieci poprzez zabawę uczą się, jak nadawać i odbierać paczki oraz dowiadują się, dlaczego dostawy automatów paczkowych mają mniejszy wpływ na środowisko niż inne metody dostawy. Ponadto w strefie prezentowane są filmy edukacyjne na temat upcyklingu.



Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu zgodna z wymogami ESEF i dostępna na stronie www.allegro.eu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

5. Zaangażowanie społeczne i charytatywne

5.1. Kluczowe dane i wyniki działań społecznych i charytatywnych

Firma monitoruje wydatki: bezpośrednie, na darowizny produktów lub usług, projekty i partnerstwa (w tym z Wielką Orkiestrą Świątecznej Pomocy, Stowarzyszeniem Wiosna czy Fundacją Zwolnieni z Teorii) czy wsparcie dla osób dotkniętych wojną w Ukrainie. W ciągu kilku dni od rozpoczęcia rosyjskiej agresji na Ukrainę, Grupa Allegro.eu podjęła działania wspierające organizacje niosące pomoc humanitarną. Firma zaangażowała również swoich klientów, dając im kilka możliwości wsparcia wybranych inicjatyw. W sumie w 2022 roku, dzięki zaangażowaniu klientów oraz wsparciu Allegro przekazaliśmy ponad 11,7 mln zł na pomoc Ukrainie

W 2022 roku klienci i klientki Allegro przekazali 56 mln zł na cele charytatywne w ramach Allegro Charytatywni.

Ponadto, działająca w ramach Grupy Allegro Foundation zajmuje się edukacją w zakresie przedsiębiorczości, działaniami proekologicznymi i solidarnością społeczną oraz rozwijaniem wolontariatu pracowniczego.

5.2. Polityka działań społecznych i charytatywnych

W grudniu 2021 roku Grupa Allegro.eu wdrożyła Politykę Działań Charytatywnych, Społecznych i Sponsorujących Allegro.eu. Polityka potwierdza, że profil działalności społecznej, charytatywnej i sponsoringowej wynika ze strategii Grupy i decyzji Zarządu, z uwzględnieniem analizy korzyści i dialogu z interesariuszami. Działania te będą zgodne ze standardami i dobrymi praktykami społecznej odpowiedzialności biznesu, kodeksami branżowymi, kodeksem etycznym Grupy oraz wewnętrznymi politykami i regulacjami.

Polityka zapewnia przejrzystość wydatków na inicjatywy charytatywne, społeczne i sponsoringowe podejmowane przez Grupę. Polityka porządkuje i identyfikuje nadrzędne cele działalności charytatywnej, społecznej i sponsoringowej Grupy. Polityka zabrania wszelkiego rodzaju zaangażowania politycznego ze strony firmy. Polityka zakazuje również sponsorowania i przekazywania darowizn na rzecz partii politycznych, ich organizacji

politycznych lub instytucji o podobnym charakterze, a także osób pełniących funkcje publiczne oraz polityków i polityczki. Działalność charytatywna w formie darowizn nie może obejmować przekazywania darowizn na rzecz związków zawodowych, organizacji pracodawców, samorządów zawodowych, klubów sportowych założonych w formie spółek prawa handlowego. Zakaz ten obejmuje również organizacje wojskowe lub osoby prywatne działające w sektorze wojskowym, jak również przemysł zbrojeniowy.

Spółki Grupy Allegro.eu dzielą się swoją wiedzą, wspierają edukację w zakresie technologii oraz pomagają potrzebującym, korzystając z narzędzi dostępnych na platformie Allegro.pl (Charytatywni.Allegro.pl) oraz poprzez działalność Allegro Foundation.

5.3. Działania charytatywne, społeczne i sponsoringowe

W Allegro wiemy, że jako firma technologiczna najlepsze wyniki osiągniemy w obszarach, w których się specjalizujemy, wspierając nasze grupy interesariuszy rozwiązaniami technologicznymi. Dlatego rozwijamy Allegro Charytatywni i współpracę z organizacjami pozarządowymi takimi, jak: Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy, Stowarzyszenie Wiosna, Fundacja Św. Mikołaja, Polskie Centrum Pomocy Międzynarodowej i wiele innych. Uczestniczymy również w projektach edukacyjnych, gdzie nasi pracownicy i pracowniczki – wybitne osoby eksperckie w dziedzinie technologii – mogą dzielić się swoją wiedzą.

Natomiast tam, gdzie jest to możliwe i potrzebne, angażujemy się w inne akcje charytatywne, takie jak wsparcie dla uchodźców i uchodźczyń z Ukrainy czy ofiar trzęsień ziemi w Turcji i Syrii w 2023 roku. Udzieliliśmy bezpośredniego wsparcia finansowego organizacjom pozarządowym działającym na tym terenie. Prowadzimy również mniejsze akcje dotyczące bezpośrednio

naszych interesariuszy, które są wspierane na poziomie lokalnym przez naszych pracowników oraz pracowniczki i odpowiadają na ich potrzeby.

Allegro wspiera również różne inicjatywy społeczne darowiznami pieniężnymi i rzeczowymi – np., przekazanie 15 000 pluszaków dla dzieci – ofiar wypadków do dystrybucji przez Związek Ochotniczych Straży Pożarnych RP, nieużywane przedmioty, takie jak sprzęt biurowy dla społeczności lokalnych i osób z doświadczeniem uchodźczym, darowizna finansowa dla Krakowskiego Alarmu Smogowego na inicjatywę promującą czyste powietrze. Wśród osób zatrudnionych Allegro zorganizowano również zbiórkę obuwia dla osób w kryzysie bezdomności.

5.4. Allegro Foundation

Allegro Foundation to inicjatywa dobroczynna, utworzona w listopadzie 2008 r. pod nazwą Allegro All For Planet, której celem było zwiększanie świadomości ekologicznej Polaków i promowanie zachowań przyjaznych środowisku. Fundacja w listopadzie 2022 roku zmieniła nazwę na Allegro Foundation i przemodelowała swoją działalność. Obecnie jej działania opierają się na trzech filarach: edukacji z zakresu przedsiębiorczości, działaniach proekologicznych i solidarności społecznej. Jednym z głównych narzędzi realizacji tych kierunków jest wolontariat pracowniczy.

W 2022 roku Fundacja zrealizowała szereg inicjatyw, m.in. promowała zachowania i aktywności proekologiczne poprzez kampanię Kręć Kilometry. Zorganizowała akcję pomocy osobom potrzebującym w ramach Szlachetnej Paczki. Fundacja przeprowadziła także 3. edycję programu grantowego #pomagamy_bo_umiemy,

który wspierał społeczne zaangażowanie wolontariuszy i wolontariuszek oraz pomoc dla społeczności lokalnych i organizacji pozarządowych. Fundacja została również partnerem Strefy Zgranej Paczki w centrum Smart Kids Planet, gdzie edukuje dzieci w zakresie świadomych wyborów konsumenckich i zachowań proekologicznych.

5.5 Wsparcie dla organizacji pozarządowych w ramach Allegro Charytatywni

Allegro Charytatywni umożliwia zweryfikowanym organizacjom pozarządowym prowadzenie zbiorów i pozyskiwanie środków na ważne cele społeczne. Allegro nie pobiera żadnych opłat ani prowizji, a całkowity dochód ze wszystkich ofert charytatywnych przekazywany jest na konto organizacji prowadzącej zbiórkę. Klienci Allegro, którzy chcą wesprzeć dany cel charytatywny i wybraną przez siebie organizację pozarządową, mogą zarówno wystawić dowolny przedmiot na aukcji charytatywnej, jak i licytować i kupować unikalne przedmioty w ramach ofert charytatywnych.

Dodatkowo podczas akcji charytatywnych, w które Allegro angażuje się jako partner, klienci platformy, finalizując swoje codzienne zakupy, mogą dodać do koszyka darowiznę charytatywną wspierającą dany cel i organizację. W 2022 roku były to: Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy, Stowarzyszenie WIOSNA, PCPM – Polskie Centrum Pomocy Międzynarodowej oraz Fundacja Świętego Mikołaja.

Allegro Charytatywni w 2022 r.:

- 338 organizacji pozarządowych,
- 541 celów dobroczynnych,
- 752 355 ofert charytatywnych,
- 56 mln zł zebranych na cele dobroczynne.

5.5.1. ALLEGRO DLA WIELKIEJ ORKIESTRY ŚWIĄTECZNEJ POMOCY

Allegro wspiera Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy od początku swojego istnienia. 22 lata partnerstwa przełożyły się na blisko 148 mln zł przekazanych na konto Fundacji WOŚP. Po ubiegłorocznym jubileuszowym 30. Finale Fundacja zebrała 37,4 mln zł dla okulistyki dziecięcej poprzez aukcje na platformie Allegro.

W 2022 roku wsparliśmy Orkiestrę w następujący sposób:

- Aukcje na platformie,
- Wirtualna Puszka,
- Aktywność sztabu Allegro, zapraszającego celebrytów do wystawienia na aukcjach Allegro dla WOŚP własnych Rzeczy od serca,
- Udział w Wielkim Finale w studio.

5.5.2. SZLACHETNY KOSZYK

30. Finał Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy ustanowił kolejny rekord:

- Klienci Allegro również chętnie zwracali się do ekranów swoich komputerów i smartfonów, by wspierać Fundację. Ponad 193 000 ofert i datków do Wirtualnej Puszkii pomogło zebrać 37,1 mln zł dla WOŚP.
- 18 887 użytkowników i użytkowniczek Allegro wystawiło własne przedmioty na aukcjach Allegro dla WOŚP, a licytowało ponad 273 875 osób.
- W dniu Wielkiego Finału klienci Allegro wystawiali aukcje dla WOŚP co 8 sekund!
- W czasie trwania inicjatywy Allegro aukcje dla WOŚP serwis aukcje.wosp.org.pl odwiedziło ponad 7,6 mln unikalnych użytkowników.

Allegro od lat wspiera inicjatywę Szlachetna Paczka. Realizujemy projekt Szlachetny Koszyk dla klientów Allegro, którzy mogą dodać do koszyka szybką darowiznę – Szlachetną Cegiełkę – na wsparcie Stowarzyszenia Wiosna, organizatora corocznej inicjatywy Szlachetna Paczka. W akcji od 4 listopada do 14 grudnia 2022 roku wzięło udział blisko 40 000 klientów. Tegoroczne zakupy z sercem przyniosły 713 130 zł ze sprzedaży 41 264 cegiełek.

Dodatkowo Allegro Foundation, jak co roku, koordynowała program wolontariatu pracowniczego podczas akcji Szlachetna Paczka. W ubiegłym roku 41 liderów i liderów wolontariatu spośród osób zatrudnionych Grupy Allegro.eu oraz 810 wolontariuszy i wolontariuszek – osób zatrudnionych w Allegro oraz ich krewnych i znajomych – przygotowało Szlachetne Paczki dla 38 rodzin w potrzebie. Podczas Weekendu Cudów do potrzebujących trafiły paczki o łącznej wartości 153 000 zł.

5.6. Edukacja technologiczna

5.6.1. SZKOŁA PIONIERÓW PFR

Od 2018 r. Allegro jest partnerem strategicznym Szkoły Pionierów PFR, międzynarodowego programu edukacyjnego dla przyszłych osób przedsiębiorczych, wizjonerów i wizjonerów w branży technologicznej. Celem programu jest wsparcie osób będących na początku swojej kariery w tworzeniu innowacyjnych projektów, które w przyszłości mogą zostać skomercjalizowane i wejść na rynek polski, a następnie globalny. W dłuższej perspektywie program ma również na celu zwiększenie liczby projektów pozytywnego wpływu z potencjałem inwestycyjnym.

W 2022 roku szukaliśmy projektów wspierających realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju ONZ, ze szczególnym uwzględnieniem ClimateTech i HealthTech. W efekcie, w programie wzięło udział 50 osób, które utworzyły 16 zespołów założycielskich i wzięły udział w warsztatach w 28 obszarach tematycznych.

Pięć edycji Szkoły Pionierów PFR ukończyło już 250 osób, które łącząc się w zespoły stworzyły ponad 80 działających spółek technologicznych. Absolwenci i absolwentki pozyskali z rynku łącznie ponad 180 mln zł na rozwój swoich start-upów.

5.6.2. PARTNERSTWO Z CENTRALNYM DOMEM TECHNOLOGII

Od sierpnia 2019 roku Allegro jest partnerem Centralnego Domu Technologii, w ramach którego razem z Fundacją PFR, dba o edukację i przekazywanie wiedzy praktycznej, w oparciu o metodę STEAM (Science, Technology, Engineering, Arts, Mathematics).

W 2022 roku Allegro było partnerem ścieżki edukacyjnej „Cyfrowa przedsiębiorczość”, w ramach której zrealizowano szereg wydarzeń takich jak:

- warsztatów (online i stacjonarnych) dla klas szkół średnich, w których wzięło udział 271 uczniów i uczennic, 14 nauczycieli i nauczycielek
- 8 warsztatów (online i stacjonarnych) dla Cyfrowych Debiutantów, w których wzięło udział 130 osób.

W ramach współpracy z CDT osoby zatrudnione w Allegro chętnie angażują się w wydarzenia jako osoby eksperckie i dzielą się swoją wiedzą i doświadczeniem.

5.6.3. MAM SWOJE ALLE

W 2022 roku kontynuowaliśmy projekt edukacyjny „Mam swoje Alle”, realizowany przez Allegro we współpracy z Fundacją Zwolnieni z Teorii. Jego celem jest rozwijanie i promowanie kompetencji przedsiębiorczych wśród uczniów i uczennic (w wieku od 13 lat). Dzięki publicznej zbiórce za pośrednictwem Allegro Lokalnie mogą oni pozyskać środki na wybrane przez siebie inicjatywy społeczne. Ponadto 30 wolontariuszy i wolontariuszek z Allegro oferowało studentom mentoring, wspierając ich projekty społeczne w zakresie komunikacji, zarządzania zespołem i e-commerce.

5.6.4. SZKOŁA GOSPODARKI CYFROWEJ JUNIOR

Izba Gospodarki Elektronicznej (elzba) jest polską organizacją ułatwiającą współpracę, wymianę know-how, działania legislacyjne oraz reprezentowanie wspólnych interesów w dialogu z regulatorami. Wspiera również małe i średnie przedsiębiorstwa poprzez dostarczanie know-how i rozwiązań technologicznych. Allegro jako Partner Izby uczestniczy w jej przedsięwzięciach charytatywnych, takich jak Szkoła Gospodarki Cyfrowej Junior. Uczniowie i uczennice szkół podstawowych z klas 7 i 8 dowiedzieli się, jakie kompetencje są potrzebne do pracy w firmie z branży cyfrowej. Słuchali także o cyberbezpieczeństwie, bezpiecznych zakupach w sieci i twórczym wykorzystaniu zasobów internetu.

5.6.5. WSPÓŁPRACA Z FESTIWALEM PRZYSZŁOŚCI BOMBA MEGABITOWA

Festiwal Przyszłości Bomba Megabitowa został zainaugurowany w 2021 roku, w setną rocznicę urodzin Stanisława Lema. Allegro zostało partnerem strategicznym drugiej edycji Festiwalu, który odbył się w Krakowie, w dniach 5-12 września 2022 roku. Organizowane przez Instytut Stanisława Lema multidyscyplinarne wydarzenie obejmowało tematy związane z nowymi technologiami i AI, a także społeczne, etyczne i kulturowe konsekwencje ich rozwoju. To hołd dla twórczości Lema, próba podjęcia analizy naszej rzeczywistości i obecnych trendów. Allegro jako partner strategiczny wydarzenia było zaangażowane w różne działania, takie jak warsztaty edukacyjne dla młodzieży szkolnej, seniorek i seniorów oparte na szkoleniach stworzonych w partnerstwie z Fundacją PFR, a także przemówienie główne o rozwoju AI i okrągłe stoły aktywistów i aktywistek klimatycznych.

5.6.6. CYFROWA WYPRAWKA DLA FIRM

Cyfrowa Wyprawka dla Firm to program bezpłatnego wsparcia organizowany przez Polski Fundusz Rozwoju wraz z Allegro, Google, Meta i Landingi. Skierowany był do samorządów i lokalnych przedsiębiorców, potrzebujących wsparcia w rozwoju cyfrowych narzędzi sprzedaży i budowaniu swojego wizerunku w sieci. Wzięło w nim udział 150 firm działających w okolicach Świdnika, Nysy i Włocławka. Program składał się z warsztatów i indywidualnych konsultacji z ekspertami, m.in. jak efektywnie wykorzystać nowe kanały sprzedaży i komunikacji z klientami w sieci, jak zwiększyć atrakcyjność regionalnych produktów i usług, czy jak zoptymalizować sprzedaż online i dotrzeć do klientów w regionie UE.

5.6.7. SMART KIDS PLANET

Allegro i Allegro Foundation należą do grona partnerów Smart Kids Planet, przeznaczonej dla dzieci w wieku 0-10 lat. Na małych odkrywców czeka aż 50 angażujących atrakcji w dziewięciu strefach. Atrakcje zostały zaprojektowane tak, aby rozwijać w dzieciach kompetencje przyszłości i dobre nawyki, w oparciu o światowy trend edutainment, czyli edukacji przez rozrywkę. W strefie stworzonej w partnerstwie z Allegro Foundation dzieci poprzez zabawę uczą się nadawania i odbierania paczek oraz dowiadują się, dlaczego dostawy do automatów paczkowych mają mniejszy wpływ na środowisko niż inne metody dostawy. Dodatkowo w strefie prezentowane są filmy edukacyjne na temat upcyklingu.

5.7. Wsparcie dla uchodźców z Ukrainy

Potrzeby w zakresie pomocy humanitarnej rosną z każdym dniem wojny. Kluczowe jest długofalowe wsparcie i dywersyfikacja pomocy dla różnych grup dotkniętych skutkami działań wojennych. W ciągu kilku dni od agresji Rosji na Ukrainę Grupa Allegro.eu udzieliła wsparcia organizacjom niosącym pomoc humanitarną. Firma zaangażowała również swoich klientów, dając im kilka możliwości wsparcia wybranych inicjatyw. W sumie w 2022 roku zebrano ponad 11,7 mln zł.

Firma przekazała pomoc rzeczową (żywność, środki czystości, bony towarowe Allegro), a także niematerialną i finansową. Od początku wojny Grupa Allegro.eu wsparła organizacje non-profit działające na rzecz Ukrainy kwotą ponad 2,9 mln zł. 1 mln zł przekazano Polskiemu Forum Migracyjnemu, 700 tys. zł Fundacji Ocalenie, a 300 tys. zł Stowarzyszeniu Homo Faber – wszystkie na pomoc prawną, psychologiczną i socjalną w organizacji życia w Polsce dla uchodźców i uchodźczyń z Ukrainy. Wsparcie finansowe w wysokości 100 tys. zł dla Fundacji Ukraina i 20 tys. zł dla Stowarzyszenia Nomada przekazało także Ceneo. Ponadto 800 tys. zł od Grupy Allegro.eu zostało przeznaczone na rozwój Przystani Św. Mikołaja, gdzie dzieci z Ukrainy mogły uczestniczyć w letnich obozach, przygotowywać się do kolejnego roku szkolnego w nowym kraju, uczyć się języka polskiego i otrzymywać wsparcie psychologiczne. Dzięki wsparciu Allegro inicjatywa Fundacji Świętego Mikołaja rozszerzyła się na 33 nowe Przystanie w całej Polsce.

Pracownicy i pracowniczki Allegro również aktywnie angażują się w pomaganiu. Ich entuzjazm do rozwijania oddolnych inicjatyw przerodził się w lokalne zbiórki charytatywne i zaangażowanie w wolontariat. Aby ułatwić im rozwijanie inicjatyw, Allegro Foundation skierowała 3. edycję konkursu grantowego #pomagamy_bo_umiemy na wsparcie dla Ukrainy.

Wybrano 19 inicjatyw charytatywnych, a maksymalna kwota grantu dla każdej lokalnej organizacji wybranej przez pracowników i pracowniczki Allegro wyniosła 15 tys. zł. Również tegoroczna edycja akcji Kręć Kilometry wsparła ukraiński cel, jakim jest pomoc schroniskom dla zwierząt na Ukrainie. Osoby zatrudnione w Allegro, jeżdżąc na rowerze, biegając lub spacerując, zebrali łącznie 30 tys. zł. Innym przykładem zaangażowania Fundacji Allegro było wsparcie Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego darowizną w wysokości blisko 84 tys. zł na niezbędny sprzęt szkoleniowy dla ukraińskich ratowników i ratowniczek medycznych, zgodnie z procedurami TC3.

Aby zwiększyć skalę działań, Allegro wykorzystało również możliwości technologiczne swojej platformy. W ciągu kilku dni od wybuchu wojny firma uruchomiła dla klientów Allegro darowizny na cele charytatywne, które można było łatwo dodać do koszyka podczas finalizowania transakcji. W marcu na rzecz Polskiego Centrum Pomocy Międzynarodowej (PCPM) przekazano łącznie ponad 6,5 mln zł. Środki te zostały przeznaczone na pomoc humanitarną, ewakuację miejscowej ludności oraz wsparcie psychologiczne dla dzieci. W kwietniu i maju darowizny klientów w wysokości ponad 1 mln zł zostały skierowane do Fundacji Świętego Mikołaja, wspierając akcje pomocowe dla dzieci ukraińskich w Polsce i na Ukrainie oraz udział w odbudowie zniszczonej infrastruktury edukacyjnej.

Jednocześnie organizacje pozarządowe aktywnie korzystają z możliwości platformy Allegro Charytatywni, służącej do zbierania pieniędzy na różne cele charytatywne. Obecnie skorzystało z niej ponad 50 organizacji pozarządowych, w tym Polska Akcja Humanitarna, Fundacja Siepomaga, Polska Misja Medyczna czy SOS Wioski Dziecięce.

6. O Raporcie

6.1. Proces tworzenia raportu

Raport ESG za rok 2022 to piąty raport, w którym przedstawiamy podejście i praktyki w zakresie zrównoważonego rozwoju w Allegro. Poprzedni dokument (Raport ESG za 2021 rok) został opublikowany w 2022 roku i obejmował rok 2021. Raport został przygotowany przez specjalny zespół projektowy, zweryfikowany przez członków Zespołu Wykonawczego odpowiedzialnych za odpowiednie tematy i zatwierdzony przez Zarząd.

Nasz Raport ESG za 2022 rok został przygotowany na podstawie Global Reporting Initiative. Ujawnia informacje niefinansowe wymagane na mocy dyrektywy w sprawie sprawozdawczości niefinansowej (NFRD). Ponadto Raport zawiera wskaźniki TCFD (grupa zadaniowa ds. ujawniania informacji finansowych związanych z klimatem) i SFDR (rozporządzenie w sprawie ujawniania informacji na temat zrównoważonego finansowania), a także wskaźniki wewnętrzne. Raport zawiera również odniesienia do Wytycznych Raportowania ESG Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie oraz wytycznych Europejskiego Banku Odbudowy i Rozwoju (EBOR). Raport zawiera odniesienia do Celów Zrównoważonego Rozwoju (SDG).

Raport obejmuje wszystkie podmioty objęte Skonsolidowanym Raportem Rocznym Allegro, tj. Allegro.eu SA, Allegro sp. z o.o., Ceneo.pl sp. z o.o., eBilet Polska sp. z o.o., Allegro Finance sp. z o.o., Allegro Pay sp. z o.o., Opennet.pl sp. z o.o., „Skynet Custom Brokers” sp. z o.o., Allegro Foundation i Allegro Treasury s.à r.l., Mall Group a.s., WE|DO s.r.o (CZ), WE|DO s.r.o. (SK), CZC.cz s.r.o., Internet Mall a.s., Internet Mall Slovakia s.r.o., Netretail sp. z o.o. w likwidacji, E-commerce Holding a.s, AMG Media a.s., MIMOVRSSTE, spletna trgovina d.o.o., Internet Mall d.o.o., Internet Mall Hungary Kft., m-HU Internet Kft.

W kwietniu 2022 roku Grupa Mall dołączyła do Grupy Allegro.eu, więc niniejsza publikacja obejmuje więcej spółek niż poprzedni raport. W miarę możliwości dane były konsolidowane dla Grupy, ale także porównywane z dwoma poprzednimi latami dla Działalności w Polsce.

Raporty są przygotowywane corocznie. Informacje zawarte w niniejszym raporcie obejmują okres od 1 stycznia 2022 r. do 31 grudnia 2022 r. dla Działalności w Polsce oraz od 1 kwietnia 2022 r. do 31 grudnia 2022 r. dla Segmentu Mall i dotyczą stanu informacji na koniec roku (w przypadkach wskazanych w ww. raporcie dane dotyczą innego okresu).

Allegro.eu – spółka akcyjna (société anonyme), utworzona zgodnie z przepisami prawa Wielkiego Księstwa Luksemburga, z siedzibą pod adresem: 1, rue Hildegard von Bingen, L-1282 Luksemburg, Wielkie Księstwo Luksemburga, wpisanej do luksemburskiego Rejestru Handlowego i Spółek (Registre de Commerce et des Sociétés, Luxembourg) pod numerem B214830.

Działalność w Polsce: Spółki Allegro.eu S.A., Allegro Treasury S.à r.l. i jej skonsolidowane jednostki zależne prowadzące działalność w Polsce, stanowiące połączenie segmentów sprawozdawczych „Allegro”, „Ceneo” i „Inne”: Allegro Sp. z o.o. (dawniej funkcjonująca pod nazwą: Allegro sp. z o.o.), Allegro Pay sp. z o.o., Allegro Finance sp. z o.o., Opennet.pl sp. z o.o. i SkyNet Customs Brokers sp. z o.o. tworzą razem „Segment Allegro”; Ceneo.pl Sp. z o.o. tworzy „Segment Ceneo”; Allegro Treasury S.à r.l., Allegro.eu S.A. i eBilet Polska Sp. z o.o. tworzą razem „Segment Inne”.

Segment Mall: Grupa Mall a.s. i WE|DO CZ s.r.o. (CZ) oraz ich operacyjne bezpośrednie i pośrednie jednostki zależne w roku obrotowym 2022: WE|DO s.r.o (SK), Internet Mall a.s., Internet Mall Hungary Kft, Mimovrste, spletna trgovina d.o.o., Internet Mall Slovakia s.r.o., Internet Mall d.o.o., Netretail Sp. z o.o. w likwidacji, m-HU Internet Kft., E-commerce Holding a.s., CZC.cz s.r.o., AMG Media a.s. Podmioty te tworzą „segment Mall”, który stanowi segment sprawozdawczy uwzględniony w sprawozdaniu finansowym Grupy.

Nie występują przekształcenia informacji z poprzedniego okresu sprawozdawczego.

Przygotowując raport za 2022 r. wykorzystaliśmy wnioski zespołu projektowego odpowiedzialnego za raport za 2021 r., z matrycą interesariuszy Allegro oraz matrycą istotności problemu. Zaktualizowana analiza istotności została oparta o szereg badań, w tym ankietę wśród pracowników, oceny satysfakcji klientów, benchmarki

i badania rynkowe dla segmentu e-commerce, analizę luk w wynikach ocen ESG, profesjonalne warsztaty z realizacji SDGs oraz komunikację z jednostkami władz lokalnych i organów regulacyjnych. Dobór tematów merytorycznych pozostał taki sam jak w poprzednim raporcie.

6.2. Interesariusze

Do naszych kluczowych grup interesariuszy należą:

- klienci (kupujący i sprzedający),
- partnerzy biznesowi,
- dostawcy,
- osoby zatrudnione,
- społeczności lokalne i organizacje pozarządowe,
- administracja,
- krajowi i międzynarodowi regulatorzy,
- otoczenie giełdowe,
- środowisko biznesowe.

6.3. Istotne zagadnienia

Kategoria: zagadnienia społeczno-ekonomiczne

- Rozwój gospodarczy kraju
- Zatrudnienie i tworzenie miejsc pracy
- Zdrowie i bezpieczeństwo klientów
- Bezpieczeństwo danych klientów
- Etykietowanie produktów
- Odpowiedzialna komunikacja marketingowa
- Rozwój małych i średnich przedsiębiorstw
- Partnerstwo branżowe na rzecz zrównoważonego rozwoju
- Innowacje
- Uwzględnianie kwestii środowiskowych i społecznych w wymaganiach dla dostawców
- Cyfryzacja/automatyzacja
- Globalne wyzwania w łańcuchach dostaw (ograniczona dostępność towarów)
- Podatki

Kategoria: kwestie społeczne

- Edukacja i rozwój pracowników
- Zdrowie i bezpieczeństwo pracowników
- Dobre samopoczucie pracowników
- Nowe formy pracy
- Różnorodność i równe traktowanie
- Zapobieganie dyskryminacji
- Zgodność z prawami człowieka
- Prawa pracownicze
- Inicjatywy społeczne i charytatywne
- Jakość edukacji/przygotowanie młodzieży do wejścia na rynek pracy
- Zaangażowanie społeczne/relacje ze społecznością lokalną
- Inwestycje społeczne
- Starzenie się ludności w Polsce i Europie
- Rosnąca świadomość konsumentów

Kategoria: kwestie środowiskowe

- Wykorzystanie surowców do produkcji opakowań
- Zielona logistyka
- Zużycie energii
- Ślad węglowy
- Gospodarowanie odpadami
- Zrównoważona konsumpcja
- Świadomość ekologiczna społeczeństwa
- Korzystanie z tworzyw sztucznych
- Korzystanie z materiałów pochodzących z recyklingu
- Degradacja środowiska
- Zmiana klimatu
- Korzystanie z zasobów naturalnych: wody
- Wzrost ilości zanieczyszczeń generowanych przez ludzi

6.4. Wymogi dyrektywy w sprawie sprawozdawczości niefinansowej

Model biznesowy	Rozdział: Model biznesowy
Kluczowe wskaźniki efektywności	Rozdział: O raporcie
Zarządzanie ryzykiem	Rozdział: Zarządzanie ryzykiem
Polityki i procesy	Rozdział: Odpowiedzialne zarządzanie
Kwestie środowiskowe	Rozdział: Środowisko i klimat
Sprawy społeczne i traktowanie pracowników	Rozdział: Ludzie i kultura, Relacje z klientami
Poszanowanie praw człowieka	Rozdział: Polityka dotycząca praw człowieka
Przeciwdziałanie korupcji i przekupstwu	Rozdział: Ład korporacyjny, Etyka i zgodność
Różnorodność w zarządach spółek	Rozdział: Różnorodność i inkluzywność



7. Taksonomia UE

Taksonomia UE (rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/852 z dnia 18 czerwca 2020 r. w sprawie ustanowienia ram ułatwiających zrównoważone inwestycje oraz zmieniające rozporządzenie (UE) 2019/2088) stanowi przejrzysty system klasyfikacji umożliwiający jednolitą identyfikację zrównoważonych środowiskowo działalności gospodarczych w celu wspierania świadomego podejmowania zrównoważonych decyzji inwestycyjnych.

Działalność kwalifikująca się do systematyki Taksonomii UE to działalność gospodarcza, znajdująca się w odpowiednich aktach delegowanych do Taksonomii UE, w których określono techniczne kryteria uznania działalności za zrównoważone środowiskowo, podczas gdy działalność zgodna z systematyką Taksonomii UE to działalność gospodarcza, która:

- wnosi istotny wkład w realizację co najmniej jednego celu środowiskowego;
- nie wyrządza poważnych szkód względem pozostałych celów środowiskowych oraz;
- spełnia wymogi technicznych kryteriów kwalifikacji, oraz
- spełnia minimalne gwarancje społeczne.

Zgodnie z Rozporządzeniem delegowanym Komisji (UE) 2021/2178 począwszy od 1 stycznia 2023 roku przedsiębiorstwa niefinansowe ujawniać mają kluczowe wskaźniki wyników związane z kwalifikującymi się do systematyki Taksonomii UE i zgodnymi z systematyką Taksonomii UE: obrotami (przychodami), nakładami inwestycyjnymi (CapEx) oraz wydatkami operacyjnymi (OpEx).

Zgodnie z tym rozporządzeniem, Grupa ujawnia:

- procentowy udział działalności kwalifikującej się do systematyki Taksonomii UE w całkowitym: obrocie (przychodach), nakładach inwestycyjnych („CapEx”), wydatkach operacyjnych („OpEx”), oraz
- procentowy udział działalności zrównoważonej środowiskowo (tj. zgodnej z systematyką Taksonomii UE) w całkowitym: obrocie (przychodach), nakładach inwestycyjnych („CapEx”), wydatkach operacyjnych („OpEx”).

Grupa ujawnia również powiązane informacje kontekstowe (tj. objaśniające), wskazane w załączniku I do Rozporządzenia delegowanego Komisji (UE) 2021/2178, odpowiednie ujawnienia ilościowe w formie tabelarycznej, jak określono w Załączniku II do tego Rozporządzenia, jak również informacje wymagane przez Załącznik XII do Rozporządzenia.

Na dzień 31 grudnia 2022 r. techniczne kryteria kwalifikacji dla dwóch pierwszych celów środowiskowych – łagodzenie zmian klimatu i adaptacja do zmian klimatu, zostały opublikowane w formie rozporządzenia delegowanego Komisji (UE) 2021/2139 (i uzupełniającego Rozporządzenia delegowanego Komisji (UE) 2022/1214). Rozporządzenia delegowane Komisji w sprawie działalności kwalifikowalnych i odpowiadających im kryteriów technicznych dla czterech pozostałych celów środowiskowych określonych w Taksonomii UE (zrównoważone wykorzystanie i ochrona zasobów wodnych i morskich, przejście na gospodarkę o obiegu zamkniętym, zapobieganie zanieczyszczeniom i ich kontrola, ochrona i odbudowa różnorodności bioróżnorodności i ekosystemów) nie zostały jeszcze opublikowane.

W związku z powyższym, do celów ujawnień taksonomicznych na rok 2022, Grupa przeanalizowała swoją działalność gospodarczą pod kątem kwalifikowalności do systematyki Taksonomii UE i – po raz pierwszy – dokonała oceny zgodności działalności kwalifikujących się do Taksonomii UE z jej kryteriami technicznymi istotnymi dla łagodzenia zmian klimatu i adaptacji do zmian klimatu. Grupa oceniła również swoją zgodność z minimalnymi gwarancjami społecznymi. Obecnie zakres działalności kwalifikujących się do dwóch pierwszych celów środowiskowych obejmuje określony katalog trzynastu grup działalności, które zostały uznane przez UE za najistotniejsze dla osiągnięcia tych dwóch celów środowiskowych. Podstawowa działalność Grupy związana jest głównie z handlem elektronicznym (e-commerce), który nie jest uwzględniony w aktualnym katalogu działalności kwalifikujących się do objęcia systematyką Taksonomii UE. W związku z tym Grupa ma ograniczoną możliwość zakwalifikowania swojej działalności do systematyki Taksonomii UE.

Niemniej jednak należy podkreślić, że w marcu 2022 roku Grupa przyjęła własną Politykę Klimatyczną. W ramach Polityki, Grupa zobowiązuje się do maksymalizacji wykorzystania energii odnawialnej, zmniejszenia śladu węglowego w swojej działalności oraz współpracy z partnerami biznesowymi w celu zmniejszenia emisji w całym łańcuchu wartości. Oznacza to, że Grupa już teraz podejmuje i zamierza podejmować szeroki zakres inicjatyw odpowiedzialnych środowiskowo, które mogą nie być w pełni odzwierciedlone w postaci kluczowych wskaźników wyników, ze względu na obecny katalog działalności kwalifikujących się do systematyki Taksonomii UE, jak również specyficzne definicje kwalifikujących się pozycji księgowych (w szczególności dla wydatków operacyjnych (OpEx)). Więcej informacji na temat podejścia Allegro.eu do kwestii środowiskowych zostało ujawnione w rozdziale Środowisko i Klimat w części pt. "Nasze podejście do kwestii środowiskowych, społecznych i zarządczych).



7.1. Podejście do analizy działalności kwalifikujących się do systematyki Taksonomii UE

Grupa dokonała szczegółowej analizy zakresu działalności gospodarczych istotnych dla wszystkich podmiotów w Grupie. W celu wybrania działalności uznanych za kwalifikujące się do systematyki, Grupa zidentyfikowała swoje działalności gospodarcze o charakterystyce biznesowej zgodnej z opisem działalności przedstawionym w Załącznikach I lub II Aktu delegowanego do Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2021/2139 oraz generujące obroty, nakłady inwestycyjne i wydatki operacyjne zgodne z definicjami podanymi w Załączniku I do Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2021/2178.

W wyniku tej analizy Grupie udało się zidentyfikować następujące działalności kwalifikujące się do systematyki Taksonomii UE, związane z celem środowiskowym dotyczącym łagodzenia zmian klimatu:

Działalność taksonomiczna UE	Działalność Grupy Allegro.eu
6.5. Transport motocyklami, samochodami osobowymi i lekkimi pojazdami użytkowymi	Zakupy / leasingi oraz kwalifikowane wydatki na utrzymanie związane z flotą pojazdów służbowych
8.1. Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność	Przychody z tytułu przetwarzania danych, zarządzania stronami internetowymi (hostingu) i działalności powiązanej; pozostałej działalności usługowej w zakresie technologii informatycznych i komputerowych; działalności związanej z zarządzaniem urządzeniami komputerowymi; działalności związanej z oprogramowaniem oraz doradztwa w zakresie informatyki. Zakupy / leasingi oraz kwalifikowane wydatki na utrzymanie związane z przetwarzaniem danych, hostingiem i działalnością powiązaną.

Biorąc pod uwagę charakter głównej działalności Grupy, nie Grupa nie miała możliwości identyfikacji większej liczby działalności, które można uznać za kwalifikujące się do systematyki Taksonomii UE.

7.2. Podejście do oceny zgodności z systematyką Taksonomii UE

Dla działalności Grupy zidentyfikowanych jako kwalifikujące się do systematyki Taksonomii UE, została przeprowadzona szczegółowa analiza w zakresie zgodności z kryteriami technicznymi wskazanymi w Załączniku I Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2021/2139.

Każda z działalności została zweryfikowana pod kątem:

- wnoszenia istotnego wkładu w realizację celu łagodzenia zmian klimatu oraz,
- niewyrządzania poważnych szkód (ang.: do no significant harm – „DNSH”) dla pozostałych celów środowiskowych wskazanych w Taksonomii UE.

Szczegółowa analiza spełnienia kryteriów technicznych opierała się na wiedzy doświadczonych specjalistów branżowych zatrudnionych przez Grupę lub współpracujących z Grupą.

W roku 2022 Grupa nie zidentyfikowała zgodnych z systematyką Taksonomii UE obrotów, nakładów inwestycyjnych ani wydatków operacyjnych.

7.3. Podejście do oceny zgodności z minimalnymi gwarancjami społecznymi

Grupa przeprowadziła analizę zgodności z minimalnymi gwarancjami społecznymi w oparciu o praktyczne wytyczne zawarte w dokumencie „Final Report on Minimum Safeguards” opublikowanym w październiku 2022 roku przez Platformę ds. zrównoważonego finansowania.

Weryfikacja spełnienia przez Grupę minimalnych gwarancji społecznych za rok 2022 dotyczyła dwóch głównych filarów: 1) analizy spraw spornych Grupy w obszarze praw człowieka i prawa pracy; oraz 2) analizy wdrożenia w Grupie procesów należytej staranności w zakresie praw człowieka, prawa pracy, korupcji i łapówkarstwa, opodatkowania oraz uczciwej konkurencji.

Przeprowadzone analizy opierały się na wiedzy doświadczonych specjalistów Grupy z obszaru prawnego, zarządzania zgodnością, zarządzania zasobami ludzkimi oraz ESG i zostały zaakceptowane przez Zarząd.

Więcej informacji znaleźć można w części Nasze podejście do kwestii środowiskowych, społecznych i zarządczych (patrz wyżej).

Grupa nie zidentyfikowała kwestii, które mogłyby świadczyć o niespełnieniu przez Grupę minimalnych gwarancji społecznych w roku 2022.

7.4. Podsumowanie kluczowych wskaźników wyników Grupy dot. Taksonomii UE

Grupa niniejszym ujawnia podsumowanie swoich kluczowych wskaźników wyników za rok 2022 związanych z działalnościami gospodarczymi Grupy zgodnymi z systematyką Taksonomii UE i kwalifikującymi się do systematyki Taksonomii UE.

Kluczowe wskaźniki wyników dot. Taksonomii UE za 2022 r.	Działalność zgodna z systematyką ^[1]	Działalność kwalifikująca się do systematyki ^[1]
Procentowy udział w całkowitym obrocie	0,00%	0,12%
Procentowy udział w całkowitych nakładach inwestycyjnych ^[2]	0,00%	0,80%
Procentowy udział w całkowitych wydatkach operacyjnych	0,00%	3,55%

Grupa niniejszym ujawnia podsumowanie porównawczych kluczowych wskaźników wyników za poprzedni okres sprawozdawczy (za rok 2021) związanych z działalnością gospodarczą kwalifikującą się do systematyki, z przekształconymi wartościami dla kluczowych wskaźników wyników wydatków operacyjnych. W procesie przygotowywania ujawnień w ramach Taksonomii UE za rok 2022, Grupa dokonała zmiany podejścia do kalkulacji wskaźnika wyników wydatków operacyjnych. Poprzednio Grupa uwzględniała koszty serwisu i utrzymania związane z oprogramowaniem w wartościach wydatków

operacyjnych wykorzystywanych do raportowania w ramach Taksonomii UE. Grupa zrewidowała swoje podejście i wyłączyła koszty związane z utrzymaniem i konserwacją oprogramowania z wartości wydatków operacyjnych stosowanych do kluczowych wskaźników wyników za rok 2022 (ponieważ definicja wydatków operacyjnych zawarta w Załączniku I do Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2021/2178 obejmuje koszty bieżącego utrzymania wyłącznie aktywów rzeczowych – czyli: środków trwałych).

Kluczowe wskaźniki wyników dot. Taksonomii UE za 2021 r.	Działalność zgodna z systematyką ^[1]	Działalność kwalifikująca się do systematyki ^[1]	Działalność kwalifikująca się do systematyki (Pierwotnie ujawniona) ^[1]
Procentowy udział w całkowitym obrocie	n/d	0,38%	0,38%
Procentowy udział w całkowitych nakładach inwestycyjnych	n/d	6,32%	6,32%
Procentowy udział w całkowitych wydatkach operacyjnych	n/d	4,57%	7,86%

[1] Całość obejmuje cel środowiskowy „łagodzenie zmian klimatu”

[2] Należy zwrócić uwagę, że w roku obrotowym 2022 wartość mianownika kluczowego wskaźnika dla nakładów inwestycyjnych jest znacząco wyższa (5 431 mln PLN w roku obrotowym 2022 vs. 657 mln PLN w roku obrotowym 2021) ze względu na zwiększenie wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych Grupy w wyniku połączeń jednostek gospodarczych (nabycie Mall Group a.s. oraz WE|DO CZ s.r.o.).

7.5. Kluczowe wskaźniki wyników związane z obrotem

Udział procentowy obrotu z tytułu produktów lub usług powiązanych z działalnością gospodarczą zgodną z systematyką Taksonomii UE oraz działalnością gospodarczą kwalifikującą się do systematyki Taksonomii UE w 2022 roku.

Działalność gospodarcza	Kod lub kody	Obrót (Wartość bezwzględna)	Część obrotu	Kryteria dotyczące istotnego wkładu			Kryteria dotyczące zasady (Nie wyrządzaj poważnych szkód)					Udział procentowy wydatków operacyjnych zgodnych z systematyką, rok N	Udział procentowy wydatków operacyjnych zgodnych z systematyką, rok N – 1	Kategoria (działalność wspomagająca)	Kategoria („działalność na rzecz przejścia”)	
				Łagodzenie zmian klimat	Adaptacja do zmian klimatu	Łagodzenie zmian klimat	Adaptacja do zmian klimatu	Zasoby wodne i morskie	Gospodarka o obiegu zamkniętym	Zanieczyszczenie	Różnorodność biologiczna i ekosystemy					Minimalne gwarancje
		PLN m	%	%	%	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	%	%	-	-
A. DZIAŁALNOŚĆ KWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI																
A.1. Rodzaje działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodna z systematyką)																
Obrót z działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodnej z systematyką) (A.1)				Brak obrotu z działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodnej z systematyką) w okresie sprawozdawczym												
A.2 Działalność kwalifikująca się do systematyki, ale niezrównoważona środowiskowo (działalność niezgodna z systematyką)																
8.1. Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność	63,11	11,2	0,1%	0,1%	0,0%	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Obrót z działalności kwalifikującej się do systematyki, ale niezrównoważonej środowiskowo (działalności niezgodnej z systematyką) (A.2)	—	11,2	0,1%	0,1%	0,0%	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Razem (A.1 + A.2)	—	11,2	0,1%	0,1%	0,0%	—	—	—	—	—	—	—	0,1%	0,4%	—	—
B. DZIAŁALNOŚĆ NIEKWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI																
Obrót z działalności niekwalifikującej się do systematyki (B)	—	8 993,7	99,9%													
Razem (A + B)	—	9 004,9	100%													

7.5.1. KONTEKST

Na podstawie analizy wszystkich rodzajów działalności opisanych w załącznikach do Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2021/2139, obroty Grupy kwalifikujące się systematyki Taksonomii UE związane są z działalnością Taksonomiczną „8.1 Przetwarzanie danych, hosting i działalność powiązana”.

Działalność ta obejmuje świadczenie usług hostingowych dla klientów zewnętrznych. Przez usługi hostingowe rozumie się udostępnianie klientowi zewnętrznemu wszelkich komponentów informatycznych w celu wspierania działalności gospodarczej klienta, w tym: okablowania strukturalnego, central, elementów chłodzących, serwerów, firewalli, routerów, przełączników, urządzeń do backupu i innych komponentów udostępnianych klientowi, składających się na system informatyczny obsługiwany przez klienta oraz usługi zamawiania urządzeń i przechowywania danych..

Działalność – związana głównie z centrami danych zarządzanymi przez strony trzecie – została oceniona pod kątem technicznych kryteriów kwalifikacji związanych z istotnym wkładem w łagodzenie zmian klimatu oraz „nie wyrządzeniem poważnych szkód” pozostałym celom środowiskowym. Grupa stwierdziła, że działalność nie spełnia środowiskowych kryteriów technicznych przewidzianych w załączniku I do Rozporządzenia delegowanego Komisji (UE) 2021/2139. Tym samym działalność jest sklasyfikowana jako kwalifikująca się do systematyki Taksonomii UE, ale niezgodna z systematyką Taksonomii UE.

Niemniej jednak, Grupa zbadała zgodność tej działalności z minimalnymi gwarancjami społecznymi – nie zidentyfikowano żadnych oznak niezgodności.

7.5.2. KLUCZOWE ZASADY RACHUNKOWOŚCI

Obrót wykorzystywany do obliczania kluczowych wskaźników wyników obejmuje obrót (przychody) netto uzyskany z produktów lub usług Grupy.

Udział przychodów związanych z działalnością zgodną z systematyką Taksonomii UE (działalność zrównoważona środowiskowo) jest równy zero, ponieważ Grupa nie zidentyfikowała w okresie sprawozdawczym żadnej działalności zgodnej z systematyką Taksonomii UE, która generowałaby przychody.

Wskaźnik udziału procentowego obrotów związanych z działalnością gospodarczą kwalifikującą się do systematyki Taksonomii UE, ale niezrównoważoną środowiskowo, obliczono dzieląc:

- licznik stanowiący wartość przychodów z produktów lub usług związanych z działalnością kwalifikującą się do systematyki Taksonomii UE „8.1 Przetwarzanie danych, hosting i działalność powiązana” rozpoznanych przez Grupę w 2022 roku; przez
- mianownik stanowiący wartość całkowitych skonsolidowanych przychodów Grupy, ujawnionych w Raporcie Rocznym Grupy Allegro.eu za rok zakończony 31 grudnia 2022 roku w notce 9 Przychody z umów z klientami i konsumentami.

Przypisanie przychodów do działalności kwalifikującej się do systematyki Taksonomii UE było możliwe dzięki zaawansowanym narzędziom kontrolingu finansowego Grupy oraz wiedzy i doświadczeniu ekspertów merytorycznych Grupy.



7.6. Kluczowe wskaźniki wyników związane z nakładami inwestycyjnymi

Udział procentowy nakładów inwestycyjnych z tytułu produktów lub usług powiązanych z działalnością gospodarczą zgodną z systematyką Taksonomii UE oraz działalnością gospodarczą kwalifikującą się do systematyki Taksonomii UE w 2022 roku.

Działalność gospodarcza	Kod lub kody	Nakłady inwestycyjne (wartość bezwzględna)		Kryteria dotyczące istotnego wkładu		Kryteria dotyczące zasady „nie wyrządzaj poważnych szkód”						Udział procentowy nakładów inwestycyjnych zgodnych z systematyką, rok N		Udział procentowy nakładów inwestycyjnych zgodnych z systematyką, rok N – 1		Kategoria (działalność wspomagająca)	Kategoria („działalność na rzecz przejścia”)
		PLN m	%	Łagodzenie zmian klimat	Adaptacja do zmian klimatu	Łagodzenie zmian klimat	Adaptacja do zmian klimatu	Zasoby wodne i morskie	Gospodarka o obiegu zamkniętym	Zanieczyszczenie	Różnorodność biologiczna i ekosystemy	Minimalne gwarancje	%	%	-		
A. DZIAŁALNOŚĆ KWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI																	
A.1. Rodzaje działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodna z systematyką)																	
„Nakłady inwestycyjne z działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodnej z systematyką) (A.1)”				Brak nakładów inwestycyjnych z działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodnej z systematyką) w okresie sprawozdawczym													
A.2 Działalność kwalifikująca się do systematyki, ale niezrównoważona środowiskowo (działalność niezgodna z systematyką)																	
6.5. Transport motocyklami, samochodami osobowymi i lekkimi pojazdami użytkowymi	49,32 49,39 77,11	0,1	0,0%	0,0%	0,0%	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
8.1. Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność	63,11	43,6	0,8%	0,8%	0,0%	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Nakłady inwestycyjne z działalności kwalifikującej się do systematyki, ale niezrównoważonej środowiskowo (działalności niezgodnej z systematyką) (A.2)	—	43,7	0,8%	0,8%	0,0%	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Razem (A.1 + A.2)	—	43,7	0,8%	0,8%	0,0%	—	—	—	—	—	—	—	0,8%	6,3%	—	—	—
„B. DZIAŁALNOŚĆ NIEKWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI”																	
Nakłady inwestycyjne z działalności niekwalifikującej się do systematyki (B)	—	5 387,8	99,2%														
Razem (A + B)	—	5 431,5	100%														

7.6.1. KONTEKST

Na podstawie analizy wszystkich działalności opisanych w załącznikach do Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2021/2139, zidentyfikowano nakłady inwestycyjne Grupy kwalifikowalne do systematyki Taksonomii UE związane są z następującymi działalnościami: „6.5. Transport motocyklami, samochodami osobowymi i lekkimi pojazdami użytkowymi” oraz „8.1 Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność”.

Nakłady inwestycyjne kwalifikujące się do systematyki Taksonomii UE związane są głównie z aktywami z tytułu prawa użytkowania pojazdów leasingowanych przez Grupę (ujmowanymi przez Grupę w księgach zgodnie z MSSF 16) oraz ze zwiększeniami rzeczowych aktywów trwałych w centrach danych.

Działalności zostały ocenione pod kątem technicznych kryteriów związanych z istotnym wkładem w łagodzenie zmiany klimatu i „nie wyrządzeniem poważnych szkód” pozostałym celom środowiskowym. Grupa stwierdziła, że działalności nie spełniają pełnego zestawu środowiskowych kryteriów technicznych przewidzianych w załączniku I do Rozporządzenia delegowanego Komisji (UE) 2021/2139 (działalność 8.1 została opisana w ramach kluczowych wskaźników wyników dotyczących obrotu, w odniesieniu do działalności 6.5 Grupa potwierdziła, że pojazdy używane przez Grupę nie spełniają zaawansowanych kryteriów Taksonomii UE związanych z bezpośrednią emisją spalin). W związku z tym działalności ta zostały określone jako kwalifikujące się do systematyki Taksonomii UE, ale niezgodne z systematyką Taksonomii UE.

Niemniej jednak Grupa zbadała swoją zgodność z minimalnymi gwarancjami społecznymi – nie stwierdzono żadnych oznak niezgodności.

7.6.3. KLUCZOWE ZASADY RACHUNKOWOŚCI

Nakłady inwestycyjne wykorzystywane do wyliczenia kluczowych wskaźników wyników dot. Taksonomii UE obejmują zwiększenia wartości środków trwałych i wartości niematerialnych i prawnych (w tym aktywów z tytułu prawa do użytkowania leasingu zgodnie z MSSF 16) w okresie sprawozdawczym rozpatrywane przed amortyzacją, umorzeniem i wszelkimi ponownymi wycenami, w tym wynikającymi z przeszacowania i utraty wartości, z wyłączeniem zmian wartości godziwej.

Udział nakładów inwestycyjnych związanych z działalnością zgodną z systematyką Taksonomii UE (działalność zrównoważona środowiskowo) jest równy zero, ponieważ Grupa nie zidentyfikowała w okresie sprawozdawczym żadnych nakładów inwestycyjnych związanych z działalnością zgodną z systematyką Taksonomii UE.

Wskaźnik udziału procentowego nakładów inwestycyjnych związanych z działalnością gospodarczą kwalifikującą się do systematyki Taksonomii UE, ale niezrównoważoną środowiskowo, obliczono dzieląc:

- licznik reprezentujący wartość nakładów inwestycyjnych związanych z działalnością gospodarczą kwalifikującą się do systematyki Taksonomii UE (tj.: 6.5. Transport motocyklami, samochodami osobowymi i lekkimi pojazdami użytkowymi oraz 8.1. Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność) rozpoznanych przez Grupę w 2022 roku; przez
- mianownik reprezentujący wartość całkowitych skonsolidowanych nakładów inwestycyjnych Grupy, ujawnionych w Raporcie Rocznym Grupy Allegro.eu za rok zakończony 31 grudnia 2022 r. w notach 13: Wartości niematerialne oraz Nocie 14. Własność, fabryka i wyposażenie. Należy zauważyć, że mianownik jest znacząco wyższy w porównaniu z rokiem ubiegłym (5 431 mln PLN w roku 2022 vs. 657 mln PLN w roku 2021) ze względu na zwiększenia wartości rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych wynikające z połączenia jednostek gospodarczych (nabycie Mall Group a.s. i WE|DO CZ s.r.o.).

Alokacja nakładów inwestycyjnych (CapEx) kwalifikujących się do systematyki Taksonomii UE była możliwa dzięki zaawansowanym narzędziom kontrolingu finansowego Grupy oraz wiedzy i doświadczeniu ekspertów merytorycznych Grupy.



7.7. Kluczowe wskaźniki wyników związane z wydatkami operacyjnymi

Udział procentowy wydatków operacyjnych z tytułu produktów lub usług powiązanych z działalnością gospodarczą zgodną z systematyką Taksonomii UE oraz działalnością gospodarczą kwalifikującą się do systematyki Taksonomii UE w 2022 roku.

Działalność gospodarcza	Kod lub kody	Wydatki operacyjne (wartość bezwzględna)		Kryteria dotyczące istotnego wkładu				Kryteria dotyczące zasady „nie wyrządzaj poważnych szkód”					Udział procentowy wydatków operacyjnych zgodnych z systematyką, rok N	Udział procentowy wydatków operacyjnych zgodnych z systematyką, rok N – 1	Kategoria (działalność wspomagająca)	Kategoria („działalność na rzecz przejścia”)
		PLN m	%	Łagodzenie zmian klimat	Adaptacja do zmian klimatu	Łagodzenie zmian klimatu	Adaptacja do zmian klimatu	Zasoby wodne i morskie	Gospodarka o obiegu zamkniętym	Zanieczyszczenie	Różnorodność biologiczna i ekosystemy	Minimalne gwarancje				
A. DZIAŁALNOŚĆ KWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI																
A.1. Rodzaje działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodna z systematyką)																
„Wydatki operacyjne z działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodnej z systematyką) (A.1)”		Brak wydatków operacyjnych z działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodnej z systematyką) w okresie sprawozdawczym														
A.2 Działalność kwalifikująca się do systematyki, ale niezrównoważona środowiskowo (działalność niezgodna z systematyką)																
6.5. Transport motocyklami, samochodami osobowymi i lekkimi pojazdami użytkowymi	49,32 49,39 77,11	0,0	0,0%	0,0%	0,0%	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
8.1. Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność	63,11	7,1	3,6%	3,6%	0,0%	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Wydatki operacyjne z działalności kwalifikującej się do systematyki, ale niezrównoważonej środowiskowo (działalności niezgodnej z systematyką) (A.2)	—	7,1	3,6%	3,6%	0,0%	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Razem (A.1 + A.2)	—	7,1	3,6%	3,6%	0,0%	—	—	—	—	—	—	—	3,6%	4,6%	—	—
„B. DZIAŁALNOŚĆ NIEKWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI”																
Wydatki operacyjne z działalności niekwalifikującej się do systematyki (B)	—	191,6	96,4%													
Razem (A + B)	—	198,7	100%													

7.7.1. KONTEKST

Na podstawie analizy wszystkich działalności opisanych w załącznikach do Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2021/2139, kwalifikowalne do systematyki Taksonomii UE wydatki operacyjne Grupy związane są z następującymi działalnościami: „6.5. Transport motocyklami, samochodami osobowymi i lekkimi pojazdami użytkowymi” oraz „8.1 Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność”.

Wydatki operacyjne kwalifikujące się do systematyki Taksonomii UE dotyczą głównie napraw i konserwacji sprzętu (związanych z bieżącą obsługą) oraz napraw i konserwacji pojazdów zarządzanych we flocie Grupy.

Działalności zostały ocenione pod kątem spełniania wymogów technicznych kryteriów kwalifikacji związanych z istotnym wkładem w łagodzenie zmian klimatu oraz „nie wyrządzeniem poważnych szkód” pozostałym celem środowiskowym. Grupa stwierdziła, że działalności nie spełniają pełnego zestawu środowiskowych kryteriów technicznych przewidzianych w załączniku I do Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2021/2139 (uzasadnienie zostało opisane w ramach informacji kontekstowych dla kluczowych wskaźników wyników dotyczących obrotu i nakładów inwestycyjnych (CapEx)). W związku z tym działalność jest klasyfikowana jako kwalifikująca się do systematyki Taksonomii UE, ale niezgodna z systematyką Taksonomii UE.

Niemniej jednak, Grupa zbadała zgodność z minimalnymi zabezpieczeniami społecznymi – nie zidentyfikowano żadnych oznak niezgodności.

7.7.2. KLUCZOWE ZASADY RACHUNKOWOŚCI

Zgodnie z definicją podaną w załączniku I do Rozporządzenia delegowanego Komisji (UE) 2021/2178, wydatki operacyjne uwzględnione w obliczeniu wskaźnika zarówno w liczniku jak i w mianowniku, obejmują bezpośrednio, nieskapitalizowane koszty związane z pracami badawczo-rozwojowymi, działaniami w zakresie renowacji budynków, leasingiem krótkoterminowym (leasingiem niekwalifikującym się do ujmowania wg MSSF 16 – jeśli występuje), konserwacją i naprawami oraz wszelkie inne bezpośrednie wydatki związane z bieżącą obsługą składników rzeczowych aktywów trwałych przez Grupę lub osoby trzecie, którym zlecono na zasadzie outsourcingu działania niezbędne do zapewnienia ciągłego i efektywnego funkcjonowania tych aktywów.

Zgodnie z wytycznymi przedstawionymi w dokumencie Zawiadomienie komisji w sprawie interpretacji niektórych przepisów prawnych aktu delegowanego określającego obowiązki w zakresie ujawniania informacji na mocy art. 8 rozporządzenia w sprawie unijnej systematyki dotyczącej zrównoważonego rozwoju dotyczących zgłaszania kwalifikującej się działalności gospodarczej i kwalifikujących się aktywów (2022/C 385/01), Grupa:

- ujęła w kalkulacji wydatków operacyjnych następujące kategorie kosztów (pod warunkiem, że Grupa była w stanie wiarygodnie określić stosowne kwoty): koszty związane z konserwacją i naprawami rzeczowych aktywów trwałych, tj. m.in.: koszty materiałów użytych z związku z naprawą / konserwacją / remontem sprzętów, urządzeń lub budynków oraz koszty stron trzecich realizujących wskazane powyżej prace;

- nie ujęła w kalkulacji wydatków operacyjnych następujących kategorii kosztów: kosztów związanych z konserwacją oprogramowania i kosztów związanych z codzienną eksploatacją rzeczowych aktywów trwałych, tj. m.in.: kosztów energii elektrycznej czy płynów eksploatacyjnych oraz kosztów pracowników obsługujących maszyny i urządzenia.

Udział kosztów operacyjnych związanych z działalnościami zgodnymi z systematyką Taksonomii UE (zrównoważonymi środowiskowo) jest równy zero, ponieważ Grupa nie zidentyfikowała w okresie sprawozdawczym żadnych wydatków operacyjnych związanych z działalnościami zgodnymi z systematyką Taksonomii UE.

Proporcja nakładów inwestycyjnych na działalności kwalifikujące się do systematyki Taksonomii UE, ale niezrównoważone pod względem środowiskowym (niebędące działalnością zgodną z systematyką Taksonomii UE) została obliczona jako licznik podzielony przez mianownik, jak określono poniżej:

- licznik wyrażony jako wydatki operacyjne związane z działalnościami 6.5. oraz 8.1.
- mianownik wyrażony jako wartość całkowitych wydatków operacyjnych związanych z bezpośrednimi nieskapitalizowanymi kosztami, które dotyczą badań i rozwoju, wynajmu krótkoterminowego, konserwacji i napraw oraz wszelkich innych bezpośrednich nakładów związanych z bieżącą obsługą aktywów rzeczowych.

Alokacja kosztów operacyjnych według systematyki Taksonomii UE była możliwa dzięki zaawansowanym narzędziom kontrolingowym Grupy, które umożliwiają analizę wyników finansowych z wielu perspektyw.

7.7.3. KLUCZOWE WSKAŹNIKI WYNIKÓW DOT. DZIAŁALNOŚCI ZWIĄZANYCH Z ENERGIĄ JĄDROWĄ I GAZOWYMI PALIWAMI KOPALNYMI

Od 1 stycznia 2023 r. Rozporządzenie Delegowane Komisji (UE) 2022/1214 rozszerzyło listę kwalifikujących się do systematyki Taksonomii UE rodzajów działalności o działalność związaną z energią jądrową i działalność związaną z gazowymi paliwami kopalnymi. Zgodnie z Załącznikiem XII do Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2021/2178, Grupa ujawnia w poniższej tabeli informacje, czy działalność Grupy jest związana z energią jądrową lub gazowymi paliwami kopalnymi:

:

Działalność związana z energią jądrową

1.	Przedsiębiorstwo prowadzi badania, rozwój, demonstrację i rozmieszczenie innowacyjnych instalacji wytwarzania energii elektrycznej wytwarzających energię w ramach procesów jądrowych przy minimalnej ilości odpadów z cyklu paliwowego, finansuje tę działalność lub jest ma na nią ekspozycję.	NIE
2.	Przedsiębiorstwo prowadzi budowę i bezpieczną eksploatację nowych obiektów jądrowych w celu wytwarzania energii elektrycznej lub ciepła technologicznego, w tym na potrzeby systemu ciepłowniczego lub procesów przemysłowych, takich jak produkcja wodoru, a także ich modernizację pod kątem bezpieczeństwa, z wykorzystaniem najlepszych dostępnych technologii, finansuje tę działalność lub ma na nią ekspozycję.	NIE
3.	Przedsiębiorstwo prowadzi bezpieczną eksploatację istniejących obiektów jądrowych wytwarzających energię elektryczną lub ciepło technologiczne, w tym na potrzeby systemu ciepłowniczego lub procesów przemysłowych, takich jak produkcja wodoru z energii jądrowej, a także ich modernizację pod kątem bezpieczeństwa, finansuje tę działalność lub ma na nią ekspozycję.	NIE

Działalność związana z gazowymi paliwami kopalnymi

4.	Przedsiębiorstwo prowadzi budowę lub eksploatację instalacji do wytwarzania energii elektrycznej z wykorzystaniem gazowych paliw kopalnych, finansuje tę działalność lub ma na nią ekspozycję	NIE
5.	Przedsiębiorstwo prowadzi budowę, modernizację i eksploatację instalacji do skojarzonego wytwarzania energii cieplnej/chłodniczej i energii elektrycznej z wykorzystaniem gazowych paliw kopalnych, finansuje tę działalność lub ma na nią ekspozycję.	NIE
6.	Przedsiębiorstwo prowadzi budowę, modernizację i eksploatację instalacji do wytwarzania ciepła wytwarzających energię cieplną/chłodniczą z wykorzystaniem gazowych paliw kopalnych, finansuje tę działalność lub ma na nią ekspozycję.	NIE

Grupa Allegro.eu nie ujawnia osobnych tabel wg wzorów 2 i 3 z załącznika XII do Rozporządzenia delegowanego Komisji (UE) 2021/2178, ponieważ działalność związana z energią jądrową oraz z gazowymi paliwami kopalnymi nie dotyczy Grupy.

Oznacza to, że wartości prezentowane we wspomnianych wyżej tabelach mogą przyjmować jedynie wartości równe zero dla Grupy Allegro.eu – w tym kontekście prezentacja odrębnych tabel wpłynęłaby w ocenie Grupy negatywnie na przejrzystość niniejszego dokumentu.

7.7.4. WYJAŚNIENIE, W JAKI SPOSÓB UNIKNIĘTO PODWÓJNEGO LICZENIA PRZY OBLICZANIU KLUCZOWYCH WSKAŹNIKÓW WYNIKÓW

Grupa sporządziła ujawnienia z uwzględnieniem zasady unikania podwójnego liczenia.

Oznacza to, że Grupa przypisała poszczególne rodzaje działalności wyłącznie do jednej odpowiadającej działalności kwalifikującej się do systematyki Taksonomii UE, z jednego wybranego celu środowiskowego. Każda część obrotu, nakładów inwestycyjnych i wydatków operacyjnych powiązana z którąkolwiek z działalności kwalifikujących się do systematyki Taksonomii UE, została uwzględniona tylko raz i nie została podwojona poprzez przypisanie do jakiegokolwiek innej działalności kwalifikującej się do systematyki Taksonomii UE.

Ponadto, należy zauważyć, że źródłowe dane finansowe zostały wyeksportowane z systemu controllingowego Grupy wspierającego rachunkowość zarządczą Grupy. System ten składa się z zespołu wyodrębnionych, finansowych jednostek organizacyjnych, których dane finansowe (obrot, nakłady inwestycyjne i wydatki operacyjne) wykazywane są w planie kont i pozycjach pomocniczych zgodnie z przyjętymi zasadami rachunkowości.



allegro

IV. Sprawozdanie Finansowe

1.

Oświadczenie o odpowiedzialności

Allegro.eu
Société anonyme
1, rue Hildegard von Bingen, L – 1282 Luksemburg,
Wielkie Księstwo Luksemburga
R.C.S. Luksemburg: B214.830

OŚWIADCZENIE O ODPOWIEDZIALNOŚCI

Rada Dyrektorów potwierdza, że zgodnie z jej najlepszą wiedzą:

Niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe za 2022 r., przygotowane zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej przyjętymi przez Unię Europejską, oraz Jednostkowe Sprawozdanie Finansowe, przygotowane zgodnie z Ogólnie Przyjętymi Zasadami Rachunkowości w Luksemburgu, przedstawiają prawdziwy i rzetelny obraz aktywów, zobowiązań, sytuacji finansowej oraz wyniku finansowego Spółki oraz jednostek objętych konsolidacją traktowanych jako całość, oraz że sprawozdanie Rady Dyrektorów zawiera rzetelną ocenę rozwoju i wyników oraz sytuacji Spółki i jednostek objętych konsolidacją traktowanych jako całość, oraz zawiera opis najważniejszych czynników ryzyka i niepewności, przed którymi stoją Spółka i jednostki objęte konsolidacją.

Zatwierdzone przez Radę Dyrektorów w jej imieniu przez:

Darren Huston

Dyrektor

Roy Perticucci

Dyrektor

2.

Sprawozdanie z badania



Sprawozdanie z badania

Dla Akcjonariuszy
Allegro.eu S.A.

Sprawozdanie z badania skonsolidowanego sprawozdania finansowego

Nasza opinia

Naszym zdaniem załączone skonsolidowane sprawozdanie finansowe przedstawia rzetelny i jasny obraz skonsolidowanej sytuacji majątkowej i finansowej Allegro.eu S.A. („Spółka”) oraz jej jednostek zależnych („Grupa”) na dzień 31 grudnia 2022 roku oraz skonsolidowanego wyniku finansowego i skonsolidowanych przepływów pieniężnych Grupy za rok obrotowy zakończony w tym dniu zgodnie z mającymi zastosowanie Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) zatwierdzonymi przez Unię Europejską.

Niniejsza opinia jest spójna z naszym sprawozdaniem dodatkowym dla Komitetu Audytu.

Przedmiot naszego badania

Przeprowadziliśmy badanie skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy, które zawiera:

- skonsolidowane sprawozdanie z sytuacji finansowej sporządzone na dzień 31 grudnia 2022 r.; oraz sporządzone za rok obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2022 r.:
- skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów;
- skonsolidowane sprawozdanie ze zmian w kapitale własnym;
- skonsolidowane sprawozdanie z przepływów pieniężnych, oraz
- informację dodatkową zawierającą opis istotnych przyjętych zasad rachunkowości.

Podstawa opinii

Badanie przeprowadziliśmy zgodnie z Rozporządzeniem UE nr 537/2014, Ustawą z dnia 23 lipca 2016 r. o zawodzie biegłego rewidenta (Ustawa z dnia 23 lipca 2016 r.) oraz z Międzynarodowymi Standardami Rewizji Finansowej (ISAs) przyjętymi dla Luksemburga przez "Commission de Surveillance du Secteur Financier" (CSSF). Nasza odpowiedzialność wynikająca z Rozporządzenia UE nr 537/2014, Ustawy z dnia 23 lipca 2016 r. oraz ISAs przyjętych dla Luksemburga przez CSSF została szerzej opisana w części naszego raportu "Odpowiedzialność biegłego rewidenta ("Réviseur d'entreprises agré") za badanie skonsolidowanego sprawozdania finansowego".

Uważamy, że dowody badania, które uzyskaliśmy są wystarczające i odpowiednie, aby stanowić podstawę dla naszej opinii.

Jesteśmy niezależni od Grupy zgodnie z Międzynarodowym Kodeksem Etyki Zawodowych Księgowych, w tym Międzynarodowymi Standardami Niezależności wydanym przez Radę Międzynarodowych Standardów Etycznych dla Księgowych ("Kodeks IESBA") przyjętym dla Luksemburga przez CSSF

*PricewaterhouseCoopers, Société coopérative, 2 rue Gerhard Mercator, B.P. 1443, L-1014 Luxembourg
T : +352 494848 1, F : +352 494848 2900, www.pwc.lu*

*Cabinet de révision agréé. Expert-comptable (autorisation gouvernementale n°10028256)
R.C.S. Luxembourg B 65 477 - TVA LU25482518*



oraz z innymi wymogami etycznymi, które mają zastosowanie do naszego badania skonsolidowanych sprawozdań finansowych. Wypełniliśmy nasze inne obowiązki etyczne zgodnie z tymi wymogami.

Zgodnie z naszą najlepszą wiedzą, oświadczamy że nie świadczyliśmy usług nieaudytowych zakazanych zgodnie z Art. 5(1) Rozporządzenia UE nr 537/2014.

Usługi nieaudytowe świadczone przez nas na rzecz Spółki i jednostek przez nią kontrolowanych, jeśli miały zastosowanie, za rok obrotowy kończący się tego dnia, zostały ujawnione w Nocie 39 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Kluczowe sprawy badania

Kluczowe sprawy badania są to sprawy, które według naszego zawodowego osądu były najbardziej znaczące podczas naszego badania skonsolidowanego sprawozdania finansowego za bieżący okres. Do spraw tych odnieśliśmy się w kontekście naszego badania skonsolidowanego sprawozdania finansowego jako całości oraz przy formułowaniu naszej opinii, nie wyrażamy osobnej opinii na temat tych spraw.



Kluczowa sprawa badania	Jak nasze badanie odniosło się do tej sprawy
<p>Rozpoznanie przychodów z platformy handlowej i rozliczanie programu Smart!</p> <p>Skonsolidowane przychody Grupy w 2022 roku wyniosły 9.005 mln zł. Istnieje wiele strumieni przychodów, które zostały opisane w nocie 9.2.</p> <p>Przychody platformy handlowej wyniosły 5.341 mln i stanowiły 59,3% przychodów Grupy za rok zakończony 31 grudnia 2022 roku.</p> <p>W ramach działalności generującej przychody wpływ dostaw Smart! (program lojalnościowy) wykazuje koszt w wysokości 1.773 mln zł, który prezentowany jest w kosztach operacyjnych w pozycji "Koszt dostaw netto", ponieważ przewyższa on uzyskaną opłatę abonamentową.</p> <p>Ujawnienia dotyczące programu Smart! oraz kluczowych osądów zostały zawarte w notach 9.1, 9.3 oraz 9.5 skonsolidowanego sprawozdania finansowego.</p> <p>Zastosowanie zasad rozpoznawania przychodów w odniesieniu do przychodów platformy handlowej i programu Smart! jest złożone i wymaga szacunków oraz zastosowania osądu kierownictwa co do definicji klienta lub rozważenia roli agenta vs. mocodawcy.</p> <p>Ponadto duża liczba transakcji, wysoki stopień automatyzacji procesu rozpoznawania przychodów oraz złożoność systemów i procesów stosowanych przez Grupę zwiększają ich ogólną złożoność.</p>	<p>Nasze procedury audytowe dotyczące ujmowania przychodów obejmowały między innymi:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zrozumieliśmy i oceniliśmy ogólne środowisko kontroli IT oraz istniejące mechanizmy kontrolne; • Sprawdziliśmy operacyjną efektywność kontroli wewnętrznych dotyczących rozwoju systemu, zmian w programie oraz kontroli biznesowych zależnych od IT, aby ustalić, czy zmiany w systemie były odpowiednio autoryzowane, a także opracowane i wdrożone we właściwy sposób; • Przetestowaliśmy wybrane kontrole wewnętrzne w procesie generowania przychodów platformy handlowej w obszarach: rejestracja ofert, przetwarzanie transakcji, naliczanie opłat, rejestracja płatności klientów, blokada sprzedaży; • Wykorzystaliśmy automatyczne badanie przychodów do szczegółowego badania transakcji sprzedaży na rynku, które obejmuje automatyczne dopasowanie rekordów rozliczeniowych do płatności; • Wybraną próbę transakcji przychodów przeliczyliśmy zgodnie z cennikami, a także sprawdziliśmy spłaty salda należności sprzedawców po transakcji; • Uzgodniliśmy zapisy billingowe z zestawieniem obrotów i sald bez istotnych różnic; • Przeanalizowaliśmy zapisy księgowe wpływające na przychody platformy handlowej, aby zidentyfikować wszelkie zapisy, które mogą być nieuzasadnione; • Zbadaliśmy zobowiązania dotyczące umów z klientami w celu ustalenia, czy odpowiednie kwoty zostały ujęte w okresie; • Oceniliśmy adekwatność założeń przyjętych przez kierownictwo w procesie ustalania znaczących osądów dotyczących zastosowania MSSF 15 (Przychody z umów z klientami);



<p>Zidentyfikowaliśmy rozpoznanie przychodów platformy handlowej i rozliczanie programu Smart! jako kluczową sprawę badania, ponieważ zastosowanie standardu rozpoznawania przychodów jest złożone i wymaga istotnych osądów i szacunków.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Oceniliśmy osądy kierownictwa związane z polityką rachunkowości programu Smart!; wzięliśmy również pod uwagę, czy nastąpiły zmiany stanu faktycznego i okoliczności w porównaniu z okresem poprzednim, w którym polityka rachunkowości została opracowana; Oceniliśmy adekwatność i kompletność ujawnionych informacji.
---	--



<p><i>Wycena wartości niematerialnych rozpoznanych w wyniku nabycia Mall Group oraz WE DO</i></p>	<p>Nasze procedury audytowe dotyczące wyceny nabytych wartości niematerialnych obejmowały między innymi:</p>
<p>Zgodnie z opisem w notach 5 oraz 29.5 skonsolidowanego sprawozdania finansowego, Grupa nabyła Mall Group oraz WE DO w dniu 1 kwietnia 2022 r. za kwotę 3.592 miliona zł. Transakcja została rozliczona metodą nabycia jako połączenie jednostek gospodarczych. Nabyte wartości niematerialne obejmowały relacje z klientami wycenione na 1.207 milionów zł, znaki towarowe i domeny na kwotę 285 milionów zł, oprogramowanie na kwotę 261 milionów zł. Grupa rozpoznała wartości niematerialne w wartości godziwej ustalonej na dzień nabycia przy pomocy metody dochodowej dla relacji z klientami, znaków towarowych i domen oraz zamortyzowanego kosztu zastąpienia przy wycenie oprogramowania. Metody użyte do oszacowania wartości godziwej wymagały zastosowania znaczących założeń.</p>	<ul style="list-style-type: none"> Przeczytaliśmy umowę nabycia oraz przetestowaliśmy proces identyfikacji wartości niematerialnych oraz szacowania ich wartości godziwej. Testowanie procesu opracowanego przez kierownictwo obejmowało ocenę poprawności metod wyceny oraz modeli, testowanie kompletności, poprawności oraz odpowiedniości danych źródłowych wykorzystywanych w modelach, testowanie zasadności znaczących szacunków, w tym wskaźnika rezygnacji, projekcji dochodów oraz długości okresu wyceny. Ocena zasadności projekcji dochodów obejmowała rozważenie wyników osiąganych przez przejęty biznes, spójności z zewnętrznymi danymi rynkowymi oraz branżowymi, a także ocenę czy przyjęte założenia są spójne z pozostałą ewidencją rewizyjną; Oceniliśmy zgodność wycen przygotowanych przez kierownictwo z wymaganiami odpowiednich standardów; Oceniliśmy prace eksperta zaangażowanego przez kierownictwo do wsparcia w procesie wyceny; Wewnętrzni eksperci zostali zaangażowani w ocenę matematycznej spójności oraz zasadności przyjętych założeń, w tym metodologii kalkulacji wskaźnika rezygnacji klientów na podstawie danych historycznych nabytej jednostki oraz stóp dyskontowych, porównując je do zakresu stóp dyskontowych określonych niezależnie przy wykorzystaniu publicznych informacji dla porównywalnych spółek; Oceniliśmy wrażliwość wycen na zmiany kluczowych założeń; Oceniliśmy adekwatność i kompletność ujawnionych informacji.
<p>Znaczące założenia zastosowane przez kierownictwo przy szacowaniu wartości godziwej dotyczyły (zgodnie z zastosowaną metodą) m.in. projekcji dochodów oraz stóp dyskontowych, wskaźnika rezygnacji wykorzystywanego przy projekcjach relacji z klientami, długości okresu wyceny, przyjętych stawek licencyjnych oraz założonego kosztu zastąpienia.</p>	
<p>W naszej ocenie procedury związane z wyceną wartości niematerialnych przy nabyciu Mall Group oraz WE DO są kluczową kwestią badania ze względu na i) wysoki poziom osądu biegłego rewidenta oraz subiektywność przy zastosowaniu procedur audytowych związanych z badaniem wartości godziwej rozpoznanych wartości niematerialnych w wyniku znaczącego osądu kierownictwa dotyczącego przyjętych założeń oraz ii) znaczące zaangażowanie związane z oceną istotnych założeń przyjętych przy wycenie. Dodatkowo, wykonanie procedur audytowych oraz ocena ewidencji</p>	



rewizyjnej wymagała zaangażowania wykwalifikowanych ekspertów.



Utrata wartości wartości firmy powstałej na nabyciu Mall

Zgodnie z informacjami opisanymi w notach 5 oraz 8.1 skonsolidowanego sprawozdania finansowego, wartość firmy rozpoznana na nabyciu Mall Group oraz WE|DO w dniu 1 kwietnia 2022 r. wyniosła 2.286 miliona zł. i dla celów testu na utratę wartości została zaalokowana do segmentu operacyjnego Mall. Grupa przeprowadza test na utratę wartości przez wartość firmy co roku lub częściej, jeśli wydarzenia lub okoliczności wskazują że wartość firmy może nie być odzyskiwalna.

Grupa zidentyfikowała przesłanki utraty wartości w segmencie operacyjnym Mall na dzień 30 września 2022 r. i przeprowadziła test na utratę wartości przez nabyte aktywa tego segmentu. Grupa ujęła odpis z tytułu utraty wartości w kwocie 2.293 miliona zł. zgodnie z opisem w notcie 29.1 skonsolidowanego sprawozdania finansowego. Wartość odzyskiwalna segmentu operacyjnego Mall została obliczona w oparciu o wartość godziwą pomniejszoną o koszty doprowadzenia do sprzedaży, oszacowaną metodą dochodową przy uwzględnieniu spodziewanej transformacji modelu biznesowego oraz szacunków przyszłych przychodów, dochodowości, długoterminowej stopy wzrostu oraz stopy dyskontowej. Grupa nie rozpoznała utraty wartości innych wartości niematerialnych ani rzeczowych aktywów trwałych segmentu operacyjnego Mall.

W naszej ocenie procedury związane z oceną utraty wartości wartości firmy powstałej na nabyciu Mall jest kluczową kwestią badania ze względu na i) znaczący osąd kierownictwa związany z szacowaniem wartości godziwej pomniejszonej o koszty doprowadzenia do sprzedaży, ii) wysoki poziom osądu biegłego rewidenta oraz subiektywność i zaangażowanie przy wykonywaniu procedur audytowych związanych z oceną

Nasze procedury audytowe dotyczące testu na utratę wartości obejmowały między innymi:

- Przetestowaliśmy opracowany przez kierownictwo proces oszacowania wartości godziwej pomniejszonej o koszty doprowadzenia do sprzedaży dla segmentu operacyjnego Mall;
- Oceniliśmy poprawność zastosowania metody dochodowej do ustalenia wartości godziwej pomniejszonej o koszty doprowadzenia do sprzedaży;
- Oceniliśmy zgodność testu na utratę wartości z wymaganiami odpowiednich standardów;
- Oceniliśmy znaczące założenia kierownictwa związane z projekcjami przychodów, dochodowości, długością okresu objętego szczegółową prognozą przepływów pieniężnych przygotowaną przez kierownictwo oraz stopy dyskontowej. Oceniając zasadność znaczących założeń kierownictwa dotyczących przyszłych przychodów wzięliśmy pod uwagę i) obecne oraz przeszłe wyniki osiągane przez segment operacyjny Mall, ii) spójność z zewnętrznymi danymi rynkowymi i branżowymi oraz iii) czy przyjęte założenia są spójne z pozostałą ewidencją rewizyjną;
- Wewnętrzni eksperci zostali zaangażowani przy wsparciu w ocenie metody dochodowej oraz założeń związanych z długoterminową stopą wzrostu oraz stopą dyskontową;
- Oceniliśmy adekwatność i kompletność ujawnionych informacji.



znaczących dotyczących przychodów, długoterminowej stopy dyskontowej oraz iii) fakt wykwalifikowanych ekspertów.	założeń szacunków przyszłych dochodowości, wzrostu oraz stopy zaangażowania	kierownictwa przyszłych dochodowości, wzrostu oraz stopy zaangażowania
---	--	--

Inne informacje

Rada Dyrektorów jest odpowiedzialna za inne informacje. Inne informacje obejmują informacje zawarte w raporcie rocznym, w tym raport zarządu oraz Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego, ale nie obejmują skonsolidowanego sprawozdania finansowego i raportu z badania tego sprawozdania.

Nasza opinia o skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym nie obejmuje innych informacji i nie wyrażamy o nich opinii w jakiegokolwiek formie.

W związku z przeprowadzonym przez nas badaniem skonsolidowanego sprawozdania finansowego, naszym obowiązkiem jest przeczytanie innych informacji wskazanych powyżej i, czyniąc to, rozważenie, czy inne informacje są istotnie niespójne ze skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym, naszą wiedzą uzyskaną w trakcie badania, lub czy w inny sposób wydają się być istotnie zniekształcone. Jeżeli na podstawie wykonanej pracy stwierdzimy istotne zniekształcenie innych informacji, jesteśmy zobowiązani poinformować o tym fakcie. Nie mamy nic do zaraportowania w tym zakresie.

Odpowiedzialność Rady Dyrektorów i osób sprawujących nadzór

Rada Dyrektorów jest odpowiedzialna za sporządzenie skonsolidowanego sprawozdania finansowego, które przedstawia rzetelny i jasny obraz sytuacji majątkowej i finansowej i wyniku finansowego Grupy zgodnie z MSSF przyjętymi przez Unię Europejską oraz za kontrolę wewnętrzną, którą Rada Dyrektorów uważa za niezbędną aby umożliwić sporządzenie skonsolidowanego sprawozdania finansowego niezawierającego istotnego zniekształcenia spowodowanego oszustwem lub błędem.

Sporządzając skonsolidowane sprawozdanie finansowe, Rada Dyrektorów jest odpowiedzialna za ocenę zdolności Grupy do kontynuowania działalności, ujawnienie, jeśli ma to zastosowanie, spraw związanych z kontynuacją działalności oraz za przyjęcie zasady kontynuacji działalności jako podstawy rachunkowości, chyba że Rada Dyrektorów zamierza dokonać likwidacji Grupy lub zaniechać prowadzenia działalności albo nie ma żadnej realnej alternatywy dla likwidacji lub zaniechania działalności.

Osoby sprawujące nadzór są odpowiedzialne za nadzorowanie procesu sprawozdawczości finansowej Grupy.

Rada Dyrektorów jest odpowiedzialna za sporządzenie i oznaczenie skonsolidowanego sprawozdania finansowego zgodnie z wymogami określonymi w Rozporządzeniu delegowanym Komisji (UE) nr 2019/815 w odniesieniu do regulacyjnych standardów technicznych dotyczących specyfikacji jednolitego elektronicznego formatu raportowania („Rozporządzenie ESEF”).



Odpowiedzialność biegłego rewidenta ("Réviseur d'entreprises agré") za badanie skonsolidowanego sprawozdania finansowego

Naszymi celami są uzyskanie racjonalnej pewności, czy skonsolidowane sprawozdanie finansowe jako całość nie zawiera istotnego zniekształcenia spowodowanego oszustwem lub błędem oraz wydanie sprawozdania z badania zawierającego naszą opinię. Racjonalna pewność jest wysokim poziomem pewności, ale nie gwarantuje, że badanie przeprowadzone zgodnie z Rozporządzeniem UE nr 537/2014, Ustawą z dnia 23 lipca 2016 r. oraz z ISAs przyjętymi dla Luksemburga przez CSSF zawsze wykryje istniejące istotne zniekształcenie. Zniekształcenia mogą powstawać na skutek oszustwa lub błędu i są uważane za istotne, jeżeli można racjonalnie oczekiwać, że pojedynczo lub łącznie mogłyby wpłynąć na decyzje ekonomiczne użytkowników podjęte na podstawie skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

W ramach badania zgodnie z Rozporządzeniem UE nr 537/2014, Ustawą z dnia 23 lipca 2016 r. oraz z ISAs przyjętymi dla Luksemburga przez CSSF, stosujemy zawodowy osąd i zachowujemy zawodowy sceptycyzm w trakcie badania, a także:

- identyfikujemy i szacujemy ryzyka istotnego zniekształcenia skonsolidowanego sprawozdania finansowego spowodowanego oszustwem lub błędem, projektujemy i przeprowadzamy procedury badania odpowiadające tym ryzykom i uzyskujemy dowody badania, które są wystarczające i odpowiednie, aby stanowić podstawę dla naszej opinii. Ryzyko niewykrycia istotnego zniekształcenia wynikającego z oszustwa jest większe niż tego wynikającego z błędu, ponieważ oszustwo może dotyczyć zmywy, fałszerstwa, celowych pominięć, wprowadzenia w błąd lub obejścia kontroli wewnętrznej;
- uzyskujemy zrozumienie kontroli wewnętrznej stosowanej dla badania w celu zaprojektowania procedur badania, które są odpowiednie w danych okolicznościach, ale nie w celu wyrażenia opinii na temat skuteczności kontroli wewnętrznej Grupy;
- oceniamy odpowiedniość zastosowanych zasad (polityki) rachunkowości oraz zasadność szacunków księgowych oraz powiązanych ujawnień dokonanych przez Radę Dyrektorów;
- wyciągamy wnioski na temat odpowiedniości zastosowania przez Radę Dyrektorów zasady kontynuacji działalności jako podstawy rachunkowości oraz, na podstawie uzyskanych dowodów badania, czy istnieje istotna niepewność związana ze zdarzeniami lub warunkami, które mogą poddawać w znaczącą wątpliwość zdolność Grupy do kontynuacji działalności. Jeżeli dochodzimy do wniosku, że istnieje istotna niepewność, wymagane jest od nas zwrócenie uwagi w sprawozdaniu biegłego rewidenta na powiązane ujawnienia w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym lub, jeżeli takie ujawnienia są nieadekwatne, modyfikujemy naszą opinię. Nasze wnioski są oparte na dowodach badania uzyskanych do dnia sporządzenia sprawozdania biegłego rewidenta, jednakże przyszłe zdarzenia lub warunki mogą spowodować, że Grupa zaprzestanie kontynuacji działalności;
- oceniamy ogólną prezentację, strukturę i zawartość skonsolidowanego sprawozdania finansowego, w tym ujawnienia, oraz czy skonsolidowane sprawozdanie finansowe przedstawia będące ich podstawą transakcje i zdarzenia w sposób zapewniający rzetelną prezentację;
- uzyskujemy wystarczające odpowiednie dowody badania odnośnie do informacji finansowych jednostek lub działalności gospodarczych wewnątrz Grupy w celu wyrażenia opinii na temat skonsolidowanego sprawozdania finansowego. Jesteśmy odpowiedzialni za kierowanie, nadzór i przeprowadzenie badania Grupy i jesteśmy wyłącznie odpowiedzialni za naszą opinię z badania.



Komunikujemy się z osobami sprawującymi nadzór odnośnie, między innymi, do planowanego zakresu i czasu przeprowadzenia badania oraz znaczących ustaleń badania, w tym wszelkich znaczących słabości kontroli wewnętrznej, które zidentyfikujemy podczas badania.

Składamy osobom odpowiedzialnym za nadzór oświadczenie, że przestrzegaliśmy stosownych wymogów etycznych dotyczących niezależności oraz komunikujemy wszystkie powiązania i inne sprawy, które mogłyby być racjonalnie uznane za stanowiące zagrożenie dla naszej niezależności, a tam gdzie ma to zastosowanie, informujemy o działaniach podjętych w celu eliminowania tych zagrożeń oraz zastosowanych zabezpieczeniach.

Spośród spraw komunikowanych osobom odpowiedzialnym za nadzór ustaliliśmy te sprawy, które były najbardziej znaczące podczas badania skonsolidowanego sprawozdania finansowego za bieżący okres i dlatego uznaliśmy je za kluczowe sprawy badania. Opisujemy te sprawy w naszym sprawozdaniu biegłego rewidenta, chyba że przepisy prawa lub regulacje zabraniają publicznego ujawnienia na ich temat.

Oceniamy, czy skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało przygotowane, we wszystkich istotnych aspektach, zgodnie z wymaganiami określonymi w Rozporządzeniu ESEF.

Sprawozdanie na temat innych wymogów prawa i regulacji

Raport z działalności jest zgodny z informacjami zawartymi w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym i zostało sporządzone zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa.

Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego zawarte jest na stronach od 100 do 135 w raporcie rocznym. Informacje wymagane zgodnie z art. 68ter ust. 1 lit. c) i d) ustawy z dnia 19 grudnia 2002 r. o rejestrze handlowym i rejestrze przedsiębiorców oraz o rachunkowości i rocznych sprawozdaniach finansowych jednostek, z późniejszymi zmianami, są zgodne ze skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym i zostały sporządzone zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa.

Zostaliśmy jako biegły rewident ("Réviseur d'Entreprises Agré") wybrani do badania skonsolidowanego sprawozdania finansowego przez Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy w dniu 12 czerwca 2022 r. Skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy badamy nieprzerwanie przez 6 lat.

Sprawdziliśmy, czy skonsolidowane sprawozdanie finansowe Spółki za rok 2022 zostało przygotowane zgodnie z wymaganiami statutowymi określonymi w Rozporządzeniu ESEF dla skonsolidowanych sprawozdań finansowych.

Dla Grupy dotyczy to wymagania, aby:

- skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało przygotowane w odpowiednim formacie XHTML;
- zastosować znaczniki XBRL zgodnie z taksonomią określoną w Rozporządzeniu ESEF.



Naszym zdaniem, załączone skonsolidowane sprawozdanie finansowe sporządzone za rok zakończony 31 grudnia 2022 r., zostało przygotowane, we wszystkich istotnych aspektach, zgodnie z wymaganiami określonymi w Rozporządzeniu ESEF.

PricewaterhouseCoopers, Société coopérative
Reprezentowana przez

Luksemburg, 29 marca 2023

Véronique Lefebvre

3.

SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE

Skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów

	Nota	01.01–31.12.2022	01.01–31.12.2021
Przychody	9	9 004 916	5 352 870
Koszty operacyjne		(7 004 380)	(3 359 130)
Koszty obsługi płatności		(154 830)	(142 571)
Wartość sprzedanych towarów i materiałów		(2 408 032)	(341 110)
Koszty dostaw netto	9.5	(1 773 365)	(1 246 198)
Koszty usług marketingowych		(971 118)	(661 636)
Koszty pracownicze netto		(1 015 789)	(555 210)
<i>Koszty pracownicze brutto</i>		<i>(1 222 509)</i>	<i>(709 400)</i>
<i>Skapitalizowane koszty prac rozwojowych</i>		<i>206 720</i>	<i>154 190</i>
Koszty usług IT netto		(173 750)	(100 911)
<i>Koszty usług IT brutto</i>		<i>(192 701)</i>	<i>(101 794)</i>
<i>Skapitalizowane koszty prac rozwojowych</i>		<i>18 951</i>	<i>883</i>
Pozostałe koszty netto		(437 316)	(195 017)
<i>Pozostałe koszty brutto</i>		<i>(554 594)</i>	<i>(264 785)</i>
<i>Skapitalizowane koszty prac rozwojowych</i>		<i>117 278</i>	<i>69 768</i>
Odpisy netto z tytułu utraty wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów z klientami	29	(66 969)	(66 671)
Koszty transakcyjne	8	(3 211)	(49 806)
Zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją oraz odpisami z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych		2 000 536	1 993 740
Amortyzacja oraz odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych		(3 182 663)	(520 795)
Amortyzacja wartości niematerialnych i prawnych		(631 999)	(435 424)
Amortyzacja środków trwałych		(239 993)	(85 371)
Odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych	29	(2 310 671)	—

Powyższe Skonsolidowane Sprawozdanie z całkowitych dochodów należy analizować łącznie z załączonymi notami objaśniającymi.

	Nota	01.01–31.12.2022	01.01–31.12.2021
Zysk/(strata) z działalności operacyjnej		(1 182 127)	1 472 945
Koszty finansowe netto	10	(457 327)	(114 824)
Przychody finansowe		33 257	114 884
Koszty finansowe		(490 584)	(229 708)
Zysk/(strata) przed opodatkowaniem		(1 639 454)	1 358 121
Podatek dochodowy	11	(277 342)	(268 503)
Zysk/(strata) netto		(1 916 796)	1 089 618
Inne całkowite dochody		185 262	240 903
– podlegające reklasyfikacji do wyniku finansowego		183 212	241 693
Zysk/(strata) na transakcjach zabezpieczających przepływy pieniężne		249 146	231 614
Transakcje zabezpieczające przepływy pieniężne – Reklasyfikacja z innych całkowitych dochodów do wyniku finansowego		(140 348)	61 802
Podatek odroczony dotyczący tych pozycji		(29 238)	(51 723)
Różnice kursowe z przeliczenia jednostek działających za granicą		103 652	—
– Pozycje niepodlegające reklasyfikacji do wyniku finansowego		2 050	(790)
Aktualizacja wyceny zobowiązań z tytułu świadczeń po okresie zatrudnienia		2 529	(996)
Podatek odroczony dotyczący tych pozycji		(479)	206
Razem całkowite dochody za okres obrotowy		(1 731 534)	1 330 521
	Nota	01.01–31.12.2022	01.01–31.12.2021
Zysk netto za okres obrotowy, przypadający na:		(1 916 796)	1 089 618
Akcjonariuszy Jednostki Dominującej		(1 916 796)	1 089 618
	Nota	01.01–31.12.2022	01.01–31.12.2021
Razem całkowite dochody za okres obrotowy, przypadające na:		(1 731 534)	1 330 521
Akcjonariuszy Jednostki Dominującej		(1 731 534)	1 330 521
	Nota	01.01–31.12.2022	01.01–31.12.2021
Zysk na jedną akcję przypadający na posiadaczy akcji zwykłych spółki (w PLN)	12		
Podstawowy		(1 82)	1 06
Rozwodniony		(1 82)	1 06

Powyższe Skonsolidowane Sprawozdanie z całkowitych dochodów należy analizować łącznie z załączonymi notami objaśniającymi.

Skonsolidowane sprawozdanie z sytuacji finansowej

AKTYWA

Aktywa trwałe	Nota	31.12.2022	31.12.2021
Wartość firmy	13	8 750 198	8 669 569
Pozostałe wartości niematerialne i prawne	13	5 772 243	4 230 029
Rzeczowe aktywa trwałe	14	1 168 877	443 809
Aktywa finansowe będące instrumentami pochodnymi	25	324 626	203 027
Pozostałe należności		9 233	30 676
Pożyczki konsumenckie wyceniane według zamortyzowanego kosztu	18	—	15 622
Przedpłaty	17	—	11 258
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	22	16 295	4 579
Inwestycje		360	360
Środki pieniężne o ograniczonej możliwości dysponowania		12 040	—
Aktywa trwałe razem		16 053 872	13 608 929
Aktywa obrotowe	Nota	31.12.2022	31.12.2021
Zapasy	15	496 620	43 995
Należności handlowe oraz pozostałe należności	16	1 328 274	818 828
Przedpłaty	17	69 729	54 068
Pożyczki konsumenckie wyceniane według zamortyzowanego kosztu	18	157 540	343 163
Pożyczki konsumenckie wyceniane w wartości godziwej	18	209 335	—
Pozostałe aktywa finansowe		2 808	6 710
Aktywa finansowe będące instrumentami pochodnymi	25	—	13 968
Należności z tytułu podatku dochodowego		14 805	8 735
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	19	877 559	1 957 241
Środki pieniężne o ograniczonej możliwości dysponowania		22 217	14 240
Aktywa obrotowe razem		3 178 887	3 260 948
AKTYWA RAZEM		19 232 759	16 869 877

Powyższe Skonsolidowane Sprawozdanie z sytuacji finansowej należy analizować łącznie z załączonymi notami objaśniającymi.

PASYWA

Kapitał własny	Nota	31.12.2022	31.12.2021
Kapitał zakładowy	27	10 569	10 233
Kapitał zapasowy		8 282 469	7 089 903
Różnice kursowe z przeliczenia jednostek działających za granicą		103 652	—
Kapitał rezerwowy z wyceny zabezpieczeń przepływów pieniężnych		242 596	146 209
Zyski/(straty) aktuarialne		322	(1 728)
Pozostałe kapitały rezerwowe	27.2	67 910	19 707
Akcje własne	27.3	(1 200)	(1 995)
Niepodzielony wynik finansowy za lata ubiegłe		2 191 737	1 102 118
Wynik finansowy netto		(1 916 796)	1 089 618
Kapitał własny przypadający na akcjonariuszy Jednostki Dominującej		8 981 259	9 454 065
Kapitał własny razem		8 981 259	9 454 065
Zobowiązania długoterminowe	Nota	31.12.2022	31.12.2021
Kredyty i pożyczki	20	6 451 821	5 362 982
Zobowiązania z tytułu leasingu	21	567 699	206 086
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	22	912 033	608 797
Zobowiązania wobec pracowników	23	7 122	9 769
Zobowiązania finansowe będące instrumentami pochodnymi	25	224	—
Zobowiązania długoterminowe razem		7 938 899	6 187 634
Zobowiązania krótkoterminowe	Nota	31.12.2022	31.12.2021
Kredyty i pożyczki	20	1 706	3 316
Zobowiązania z tytułu leasingu	21	122 482	45 056
Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania	24	1 981 283	903 755
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego		58 893	154 940
Zobowiązania wobec pracowników	23	148 237	103 608
Zobowiązania finansowe będące instrumentami pochodnymi	25	—	12 610
Zobowiązania związane z połączeniem jednostek gospodarczych	5	—	4 893
Zobowiązania krótkoterminowe razem		2 312 601	1 228 178
PASYWA RAZEM		19 232 759	16 869 877

Powyższe Skonsolidowane Sprawozdanie z sytuacji finansowej należy analizować łącznie z załączonymi notami objaśniającymi.

Skonsolidowane sprawozdanie ze zmian w kapitale własnym

	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy	Różnice kursowe z przeliczenia jednostek działających za granicą	Kapitał rezerwowy z wyceny zabezpieczeń przepływów pieniężnych	Zyski/(straty) aktuarialne	Pozostałe kapitały rezerwowe	Akcje własne	Niepodzielony wynik finansowy za lata ubiegłe	Wynik finansowy netto	Kapitał własny przypadający na akcjonariuszy Jednostki Dominującej	Razem
Stan na 01.01.2022	10 233	7 089 903	—	146 209	(1 728)	19 707	(1 995)	1 102 118	1 089 618		
Zysk/(strata) za okres obrotowy	—	—	—	—	—	—	—	—	(1 916 796)	(1 916 796)	(1 916 796)
Inne całkowite dochody	—	—	103 652	79 560	2 050	—	—	—	—	185 262	185 262
Razem całkowite dochody za okres obrotowy	—	—	103 652	79 560	2 050	—	—	—	(1 916 796)	(1 731 534)	(1 731 534)
Koszty zabezpieczenia przeniesione do wartości bilansowej wartości firmy (korekta wartości początkowej)	—	—	—	16 827	—	—	—	—	—	16 827	16 827
Przeniesiony koszt zabezpieczeń	—	—	—	16 827	—	—	—	—	—	16 827	16 827
Przeniesienie zysku/(straty) z poprzednich lat	—	—	—	—	—	—	—	1 089 618	(1 089 618)	—	—
Podwyższenie kapitału (patrz Nota 27)	336	1 180 744	—	—	—	—	—	—	—	1 181 080	1 181 080
Allegro Incentive Plan – wydanie akcji własnych (patrz Nota 27)	—	(795)	—	—	—	—	795	—	—	—	—
Allegro Incentive Plan (zob. Nota 27)	—	—	—	—	—	60 820	—	—	—	60 820	60 820
Allegro Incentive Plan – akcje, do których nabyto uprawnienia (patrz Nota 27)	—	12 617	—	—	—	(12 617)	—	—	—	—	—
Transakcje z właścicielami działającymi w charakterze właścicieli	336	1 192 566	—	—	—	48 203	795	1 089 618	(1 089 618)	1 241 900	1 241 900
Stan na 31.12.2022	10 569	8 282 469	103 652	242 596	322	67 910	(1 200)	2 191 737	(1 916 796)	8 981 259	8 981 259
Stan na 01.01.2021	10 233	7 073 667	—	(95 484)	(938)	—	—	682 958	419 160	8 089 596	8 089 596
Zysk/(strata) za okres obrotowy	—	—	—	—	—	—	—	—	1 089 618	1 089 618	1 089 618
Inne całkowite dochody	—	—	—	241 693	(790)	—	—	—	—	240 903	240 903
Razem całkowite dochody za okres obrotowy	—	—	—	241 693	(790)	—	—	—	1 089 618	1 330 521	1 330 521
Przeniesienie zysku/(straty) z poprzednich lat	—	—	—	—	—	—	—	419 160	(419 160)	—	—
Allegro Incentive Plan (zob. Nota 27)	—	—	—	—	—	19 707	—	—	—	19 707	19 707
Konsolidacja jednostki Employee Benefit Trust (patrz Nota 27.3)	—	17 627	—	—	—	—	(3 386)	—	—	14 241	14 241
Wydanie nagród w postaci bezpłatnych akcji pracownikom	—	(1 391)	—	—	—	—	1 391	—	—	—	—
Transakcje z właścicielami działającymi w charakterze właścicieli	—	16 236	—	—	—	19 707	(1 995)	419 160	(419 160)	33 948	33 948
Stan na 31.12.2021	10 233	7 089 903	—	146 209	(1 728)	19 707	(1 995)	1 102 118	1 089 618	9 454 065	9 454 065

Powyższe Skonsolidowane Sprawozdanie ze zmian w kapitale własnym należy analizować łącznie z załączonymi notami objaśniającymi.

Powyższe Skonsolidowane Sprawozdanie ze zmian w kapitale własnym należy analizować łącznie z załączonymi notami objaśniającymi.

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu zgodna z wymogami ESEF i dostępna na stronie www.allegro.eu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

Skonsolidowane sprawozdanie z przepływów pieniężnych

Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej	Nota	01.01–31.12.2022	01.01–31.12.2021
Zysk/(strata) przed opodatkowaniem		(1 639 454)	1 358 121
Amortyzacja oraz odpisy z tytułu utraty wartości niematerialnych aktywów trwałych		3 182 663	520 795
Koszty odsetkowe netto	10	454 755	109 354
Niegotówkowe koszty świadczeń pracowniczych – płatności na bazie akcji	27.2	51 294	19 707
Prowizja za dostępność kredytu odnawialnego	10	5 428	3 889
Zysk/(strata) z tytułu różnic kursowych		3 036	(659)
Odsetki z tytułu leasingu	28.2	23 314	4 982
(Zysk)/strata z tytułu wyceny instrumentu finansowego		6 453	(5 036)
(Zysk)/strata netto ze sprzedaży aktywów trwałych		155	232
Zwiększenie/zmniejszenie stanu należności handlowych i pozostałych należności oraz przedpłat	28.3	(317 127)	(226 837)
(Zwiększenie)/zmniejszenie stanu zapasów	28.3	(34 707)	(19 352)
Zwiększenie/(zmniejszenie) stanu zobowiązań handlowych oraz pozostałych	28.3	576 958	293 671
(Zwiększenie)/zmniejszenie stanu pożyczek konsumenckich	28.3	(8 091)	(306 813)
Zwiększenie/(zmniejszenie) stanu zobowiązań wobec pracowników	28.3	259	(42 005)
Środki pieniężne z działalności operacyjnej		2 304 936	1 710 049
Podatek dochodowy zapłacony		(450 256)	(303 452)
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej		1 854 680	1 406 597

Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej	Nota	01.01–31.12.2022	01.01–31.12.2021
Nabycie rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych i prawnych		(722 262)	(407 071)
Nabycie jednostki zależnej (po potrąceniu przejętych środków pieniężnych)	5	(2 354 748)	(22 551)
Inne		1 122	(278)
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej		(3 075 888)	(429 900)

Przepływy pieniężne z działalności finansowej	Nota	01.01–31.12.2022	01.01–31.12.2021
Zaciągnięcie kredytów i pożyczek	28.2	1 500 000	—
Zapłacona prowizja za udzielenie kredytu		(14 000)	—
Splata kredytów i pożyczek	28.2	(888 892)	(1 655)
Odsetki zapłacone	28.2	(493 920)	(124 565)
Opłaty leasingowe	28.2	(105 444)	(36 044)
Zachęty leasingowe		17 022	23 081
Płatność prowizji za dostępność kredytu odnawialnego		(3 777)	(2 973)
Rozliczenia z tytułu instrumentów zabezpieczających stopę procentową		130 537	(61 801)
Płatności z tytułu pozostałej działalności finansowej		—	(559)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej		141 526	(204 516)

	Nota	01.01–31.12.2022	01.01–31.12.2021
Zwiększenie/(zmniejszenie) stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów		(1 079 682)	772 181
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na początek roku obrotowego		1 957 241	1 185 060
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na koniec roku obrotowego		877 559	1 957 241

Powyższe Skonsolidowane Sprawozdanie ze zmian w kapitale własnym należy analizować łącznie z załączonymi notami objaśniającymi.

Powyższe Skonsolidowane Sprawozdanie ze zmian w kapitale własnym należy analizować łącznie z załączonymi notami objaśniającymi.

NOTY DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

1. Informacje ogólne

Grupa Allegro.eu S.A. („Grupa”) składa się z Allegro.eu Sociétés anonymes („Allegro.eu” lub „Jednostka Dominująca”) oraz jednostek zależnych. Allegro.eu oraz pozostałe podmioty Grupy zostały powołane na czas nieokreślony. Grupa jest zarejestrowana w Luksemburgu, z siedzibą pod adresem 1, rue Hildegard von Bingen, Luksemburg.

Jednostka Dominująca została utworzona jako spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (société à responsabilité limitée) w Luksemburgu w dniu 5 maja 2017 r. Jednostka Dominująca została przekształcona w spółkę akcyjną (société anonyme) w dniu 27 sierpnia 2020 r. Jej nazwa została zmieniona z Adinan Super Topco S.à r.l. na Allegro.eu w dniu 27 sierpnia 2020 r.

Akcje Jednostki Dominującej są notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie („GPW”) od 12 października 2020 r.

Po transakcji przejęcia spółek Mall Group a.s. i WE|DO CZ s.r.o. („Transakcja” lub „Przejęcie”), opisanej w Nocie 5 „Połączenia jednostek gospodarczych”, Grupa prowadzi obecnie działalność na terenie Europy, głównie w Polsce, Czechach, Słowacji, Słowenii, na Węgrzech i w Chorwacji. Najbardziej istotnymi jednostkami operacyjnymi Grupy w Polsce są: Allegro Sp. z o.o. („Allegro”, dawniej Allegro.pl Sp. z o.o.), Ceneo.pl Sp. z o.o. („Ceneo.pl”), eBilet Polska Sp. z o.o. („eBilet”), Allegro Pay Sp. z o.o. („Allegro Pay”). W Czechach Grupa prowadzi działalność poprzez

spółkę Internet Mall a.s. („Mall.cz”), CZC.cz s.r.o. („CZC”), a w Słowenii poprzez spółkę Mimovrste d.o.o („Mimovrste”). Szczegółowe informacje na temat struktury Grupy i kraju siedziby każdego podmiotu prawnego wchodzącego w skład Grupy przedstawiono w Nocie 6.

Głównym przedmiotem działalności Grupy są:

- usługi internetowych platform handlowych;
- usługi reklamowe;
- internetowe usługi porównywarek cenowych;
- sprzedaż detaliczna prowadzona przez Internet;
- internetowa dystrybucja biletów;
- działalność portali internetowych;
- udzielanie kredytów konsumenckich kupującym na platformie;
- oprogramowanie i rozwiązania z obszaru logistyki dostaw;
- usługi logistyczne;
- przetwarzanie danych oraz zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność;

- pozostała działalność usługowa w zakresie technologii informatycznych i komputerowych;
- działalność związana z zarządzaniem urządzeniami informatycznymi;
- działalność związana z oprogramowaniem;
- działalność związana z doradztwem w zakresie informatyki.

Niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe zostało sporządzone za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2022 r., wraz z okresem porównawczym za rok zakończony 31 grudnia 2021 r.

2. Podstawa sporządzenia

Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe Grupy Allegro.eu S.A. za rok zakończony 31 grudnia 2022 r. zostało sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej (MSSF) przyjętymi przez Unię Europejską, obowiązującymi na dzień 31 grudnia 2022 r. (razem „Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe”).

Niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe zostało sporządzone zgodnie z zasadą kosztu historycznego z wyjątkiem niektórych aktywów i zobowiązań finansowych (w tym instrumentów pochodnych) wycenianych w wartości godziwej.

Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe zostało sporządzone przy założeniu kontynuowania działalności gospodarczej przez Grupę przez co najmniej 12 miesięcy od dnia zatwierdzenia niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego. Przyjmując to założenie o kontynuowaniu działalności, kierownictwo uwzględniło wpływ niedawnego

przejęcia Grupy Mall (zob. Nota 5) oraz pandemii COVID-19 oraz sytuacji geopolitycznej na Ukrainie na działalność Grupy.

Podsumowanie głównych zasad rachunkowości stosowanych przy sporządzaniu niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego przedstawiono w Nocie 3. Zasady rachunkowości były stosowane przez Grupę w sposób spójny we wszystkich prezentowanych okresach; w przeciwnym przypadku jest to wyraźnie zaznaczone.

Przejęcie opisane w Nocie 5 nie miało wpływu na zasady rachunkowości zastosowane w niniejszym Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym. W okresie objętym Skonsolidowanym Sprawozdaniem Finansowym Allegro.eu S.A. za okres zakończony 31 grudnia 2022 r. nie nastąpiły zmiany zasad rachunkowości.

3. Podsumowanie istotnych zasad rachunkowości

3.1 Podstawa sporządzenia sprawozdania finansowego

WYCENA POZYCJI WYRAŻONYCH W WALUTACH OBCYCH

Transakcje wyrażone w walutach obcych przelicza się na walutę funkcjonalną według kursów ogłaszanych przez banki centralne poszczególnych krajów, obowiązujących w dniu zawarcia transakcji lub w dniu wyceny (w przypadku pozycji podlegających aktualizacji wyceny). Dodatkowo i ujemne różnice kursowe wynikające z rozliczenia takich transakcji oraz z przeliczenia po kursie wymiany obowiązującym na dzień kończący okres sprawozdawczy ujmuje się w wyniku finansowym w kwocie netto. Wycena na dzień bilansowy została dokonana wg kursu obowiązującego na dzień kończący okres sprawozdawczy.

WALUTA PREZENTACJI I WALUTA FUNKCJONALNA

Walutą prezentacji Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego jest polski złoty („PLN”).

Wyniki i sytuacja finansowa wszystkich spółek Grupy, których waluta funkcjonalna jest inna niż waluta prezentacji (i których waluta funkcjonalna nie jest walutą gospodarki w warunkach hiperinflacji), przeliczane są na walutę prezentacji w sposób następujący:

- aktywa i zobowiązania każdego prezentowanego sprawozdania z sytuacji finansowej (tj. z uwzględnieniem danych porównawczych) przelicza się po kursie zamknięcia obowiązującym na dzień sporządzenia sprawozdania z sytuacji finansowej;
- przychody i koszty ujęte w każdym sprawozdaniu z zysków lub strat oraz innych całkowitych dochodów (tj. z uwzględnieniem danych porównawczych) przelicza się po kursach wymiany obowiązujących na dzień zawarcia transakcji; oraz
- wszystkie powstałe różnice kursowe ujmuje się w innych całkowitych dochodach.

Pozycje zawarte w sprawozdaniach finansowych poszczególnych podmiotów Grupy są wyceniane w walucie podstawowego środowiska gospodarczego, w którym dany podmiot prowadzi działalność („waluta funkcjonalna”). Niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe Grupy Allegro.eu S.A. zostało sporządzone w złotych polskich, które są walutą funkcjonalną i walutą prezentacji Jednostki Dominującej.

Po Transakcji opisanej w Nocie 5 w skład Grupy wchodzi podmioty, których walutą funkcjonalną nie jest polski złoty.

Na dzień 31 grudnia 2022 r. waluty funkcjonalne podmiotów należących do Grupy były następujące:

Waluta funkcjonalna	2022	2021
Złoty polski (PLN)	Allegro.eu S.A.	Allegro.eu S.A.
	Allegro Treasury S.à r.l.	Allegro Treasury S.à r.l.
	Allegro Sp. z o.o.	Allegro Sp. z o.o.
	Opennet.pl Sp. z o.o.	Opennet.pl Sp. z o.o.
	eBilet Polska Sp. z o.o.	eBilet Polska Sp. z o.o.
	Allegro Finance Sp. z o.o.	Allegro Finance Sp. z o.o.
	SkyNet Customs Brokers Sp. z o.o.	X-press Couriers Sp. z o.o.
	Allegro Pay Sp. z o.o.	SkyNet Customs Brokers Sp. z o.o.
	Ceneo.pl Sp. z o.o.	Allegro Pay Sp. z o.o.
	Netretail Sp. z o.o. w likwidacji	Ceneo.pl Sp. z o.o.
Euro (EUR)	Mimovrste d.o.o.	
	Internet Mall Slovakia s.r.o. WE DO SK s.r.o	n/d
Funt brytyjski (GBP)	Adinan Super Topco Employee Benefit Trust	Adinan Super Topco Employee Benefit Trust
Korona czeska (CZK)	Mall Group a.s.	
	Internet Mall a.s.	
	E-commerce Holding a.s.	
	CZC.cz s.r.o.	
	AMG Media a.s.	n/d
	Uloženska s.r.o.	
	Digital Engines s.r.o. v likwidaci Rozbaleno.cz s.r.o. v likwidaci WE DO CZ s.r.o	
Forint węgierski (HUF)	Internet Mall Hungary Kft. m-HU Internet Kft.	n/d
Kuna chorwacka (HRK)	Internet Mall d.o.o.	n/d

KONSOLIDACJA

Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe zostało sporządzone na podstawie sprawozdania finansowego Jednostki Dominującej Allegro.eu oraz sprawozdań finansowych jednostek, nad którymi Jednostka Dominująca sprawuje kontrolę, sporządzonych na dzień i za okres zakończony 31 grudnia 2022 r. Allegro.eu Société anonyme to jednostka znajdująca się na najwyższym szczeblu hierarchii korporacyjnej, odpowiedzialna za sporządzanie Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego.

Z wyjątkiem noty objaśniającej dotyczącej akcji i kwot przypadających na jedną akcję oraz o ile nie wskazano inaczej, niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe zostało sporządzone w tysiącach PLN i wszystkie kwoty podane są w tysiącach PLN. Wszystkie istotne salda i transakcje pomiędzy podmiotami powiązаныmi, w tym istotne niezrealizowane zyski wynikające z tych transakcji zostały wyeliminowane w całości.

Jednostki zależne podlegają konsolidacji metodą pełną od momentu przejęcia nad nimi kontroli przez Grupę i przestają być objęte konsolidacją w momencie ustania kontroli Grupy nad nimi. Zgodnie z MSSF 10 „Skonsolidowane sprawozdania finansowe” Grupa sprawuje kontrolę nad jednostką w przypadku, gdy z tytułu swojego zaangażowania w tę jednostkę podlega ekspozycji na zmienne zwroty lub gdy ma prawo do zmiennych zwrotów, oraz ma możliwość wywierania wpływu na te zwroty poprzez sprawowanie władzy nad jednostką.

Grupa rozlicza połączenia jednostek metodą nabycia. Cena nabytej jednostki zależnej stanowi wartość godziwą przekazanych aktywów, zobowiązań zaciągniętych wobec poprzednich właścicieli jednostki przejmowanej, a także instrumentów kapitałowych wyemitowanych przez Grupę. Cena nabycia obejmu-

je wartość godziwą każdego aktywa lub zobowiązania wynikającego z ustalenia warunkowej zapłaty. Możliwe do zidentyfikowania aktywa nabyte oraz zobowiązania i zobowiązania warunkowe przejęte w ramach połączenia jednostek gospodarczych wycenia się początkowo w wartości godziwej na dzień przejęcia.

Grupa ujmuje udziały niekontrolujące według wartości godziwej lub według proporcjonalnego udziału wartości godziwej możliwych do zidentyfikowania aktywów netto; metoda ujęcia wybierana jest indywidualnie dla każdego połączenia jednostek gospodarczych.

Nadwyżkę sumy zapłaty, wartości wszystkich udziałów niekontrolujących w jednostce przejmowanej oraz wartości godziwej posiadanych wcześniej udziałów w przejmowanej jednostce na dzień przejęcia nad wartością godziwą możliwych do zidentyfikowania przejętych aktywów netto ujmuje się jako wartość firmy. Jeżeli suma zapłaty ujętych udziałów niekontrolujących oraz udziałów uprzednio posiadanych jest niższa niż wartość godziwa aktywów netto jednostki zależnej nabytej w drodze okazijnego nabycia, to różnica wykazywana jest bezpośrednio w wyniku finansowym.

Koszty transakcyjne wynikające z transakcji przejęcia są ujmowane w wyniku finansowym w momencie poniesienia.

3.2. Zmiany zasad rachunkowości

3.2.1. NOWE I ZMIENIONE STANDARDY I INTERPRETACJE PRZYJĘTE PRZEZ GRUPĘ

W niniejszym Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym zastosowano następujące zmiany do standardów, które weszły w życie z dniem 1 stycznia 2022 r. Zmiany te nie mają istotnego wpływu na niniejsze sprawozdanie finansowe.

Zmiany do MSSF 3 Połączenia przedsięwzięć aktualizują odniesienia w MSSF 3 do Założeń koncepcyjnych w MSSF, nie wprowadzając zmian merytorycznych dla rachunkowości połączeń przedsięwzięć.

Zmiany do MSSF 16 Rzeczowe aktywa trwałe regulują kwestię kosztów wytworzenia rzeczowych aktywów trwałych i kwot otrzymanych ze sprzedaży pozycji wytworzonych w trakcie ich testowania. Zmieniony standard wymaga, aby ująć przychody ze sprzedaży produkcji testowej i związane z nimi koszty w sprawozdaniu z zysków lub strat, eliminując możliwość korekty wartości wybudowanych środków trwałych o te kwoty.

Zmiany do MSR 37 Rezerwy, zobowiązania warunkowe i aktywa warunkowe dostarczają wyjaśnień, które koszty należy uwzględnić przy ocenie, czy umowa będzie przynosiła straty i stanowi umowę rodzącą obciążenia.

Roczne Zmiany do Standardów obejmują zmiany do MSSF 1 Zastosowanie Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej po raz pierwszy, MSSF 9 Instrumenty Finansowe, MSR 41 Rolnictwo oraz do przykładów Ilustrujących do MSSF 16 Leasing.

Wszystkie powyższe zmiany zostały opublikowane w dniu 14 maja 2020 r.

3.2.2. STANDARDY I INTERPRETACJE, KTÓRE ZOSTAŁY OPUBLIKOWANE, A NIE WESZŁY JESZCZE W ŻYCIE I NIE ZOSTAŁY WCZEŚNIEJ ZASTOSOWANE PRZEZ GRUPĘ

Opublikowane zostały pewne nowe standardy, zmiany do standardów i interpretacje, które obowiązują w odniesieniu do okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2023 r. lub później, a których Grupa nie zastosowała przed datą wejścia w życie.

Zmiany do MSR 12 „Podatek dochodowy” (wydane 7 maja 2021 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2023 roku lub później) określają, w jaki sposób należy ujmować podatek odroczone od transakcji takich jak leasing i zobowiązania z tytułu wycofania z eksploatacji.

Grupa jest w trakcie analizy wpływu tej zmiany na swoje sprawozdanie finansowe.

Zmiany do MSR 1 (wydane pierwotnie 23 stycznia 2020 r., a następnie zmienione 15 lipca 2020 r. i 31 października 2022 r., obowiązujące ostatecznie dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2024 r. lub później, niezatwierdzone do tej pory przez EU) wyjaśniają klasyfikację zobowiązań jako krótkoterminowe lub długoterminowe. Te zmiany o wąskim zakresie precyzują, że zobowiązania klasyfikowane są jako krótkoterminowe albo jako długoterminowe, w zależności od praw istniejących na koniec okresu sprawozdawczego.

Grupa jest w trakcie analizy wpływu tej zmiany na swoje sprawozdanie finansowe.

Zmiany do MSR 8 „Zasady rachunkowości” (wydane 12 lutego 2021 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2023 r. lub później) w zakresie definicji wartości szacunkowych. Zmiana do MSR 8 doprecyzowała, w jaki sposób spółki powinny rozróżniać zmiany zasad rachunkowości od zmian wartości szacunkowych.

Grupa oceniła wpływ tych zmian i stwierdziła, że nie mają one istotnego wpływu na Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe Grupy.

Zmiany do MSR 1 oraz wytyczne Rady MSSF w zakresie ujawnień dotyczących polityk rachunkowości w praktyce (wydane 12 lutego 2021 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2023 r. lub później) w zakresie ujawniania zasad rachunkowości. Zmiana do MSR 1 wprowadza wymóg ujawniania istotnych informacji dotyczących zasad rachunkowości, które zostały zdefiniowane w standardzie. Natomiast zmiany wytycznych Rady mają zapewnić stosowanie pojęcia istotności do ujawnień dotyczących zasad rachunkowości.

Grupa jest w trakcie analizy wpływu tej zmiany na swoje sprawozdanie finansowe.

MSSF 17 „Umowy ubezpieczeniowe” (wydane w dniu 18 maja 2017 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2023 roku lub później). MSSF 17 zastępuje obecnie obowiązujący standard MSSF 4, który dawał towarzystwom ubezpieczeniowym zwolnienie pozwalające na kontynuowanie księgowania umów ubezpieczeniowych zgodnie z dotychczasowymi praktykami.

Grupa oceniła, że nowe zmiany nie mają wpływu na jej Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe.

Zmiany do MSSF 17 „Umowy ubezpieczeniowe” i zmiana do MSSF 4 (wydane w dniu 25 czerwca 2020 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2023 roku lub później) zawierają szereg wyjaśnień, których celem jest ułatwienie wdrożenia MSSF 17, uproszczenie niektórych wymogów standardu oraz procesu przejścia. Zmiany dotyczą ośmiu obszarów MSSF 17, lecz ich celem nie jest modyfikacja podstawowych zasad standardu. Na dzień sporządzenia niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego powyższa zmiana nie została jeszcze zatwierdzona przez Unię Europejską.

Grupa oceniła, że nowy standard nie ma wpływu na jej Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe.

Opcja przejściowa dla ubezpieczycieli stosujących MSSF 17 – (wydane 9 grudnia 2021 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2023 r. lub później) ma na celu zapewnienie użyteczności informacji finansowych dla inwestorów w okresie pierwszego zastosowania nowego standardu wprowadzając określone uproszczenia w odniesieniu do prezentacji danych porównawczych. Grupa oceniła, że ta opcja przejściowa nie ma wpływu na jej Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe.

Zmiany do MSSF 16 Leasing: Zobowiązanie z tytułu leasingu przy sprzedaży i leasingu zwrotnym (wydane w dniu 22 września 2022 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2024 roku lub później, niezatwierdzone do tej pory przez EU). uzupełniają wymogi dotyczące późniejszej wyceny zobowiązania leasingowego w przypadku transakcji sprzedaży i leasingu zwrotnego, w sytuacji, gdy spełnione są kryteria MSSF 15 i gdy transakcję należy ująć jako sprzedaż. Zmiana wymaga od sprzedawcy-leasingobiorcy późniejszej wyceny zobowiązań leasingowych wynikających z leasingu zwrotnego w taki sposób, aby nie ujmować zysku lub straty związanej z zachowanym prawem do użytkowania. Oznacza to odroczenie takiego zysku, nawet jeśli zobowiązanie obejmuje płatności zmienne, które nie zależą od indeksu lub stopy.

Grupa jest w trakcie analizy wpływu tej zmiany na swoje sprawozdanie finansowe.

Pozostałe zmiany, które nie zostały wymienione powyżej, nie są istotne dla Grupy.



4. Skład Rady Dyrektorów

Na dzień 31 grudnia 2021 r., w trakcie 2022 r. oraz na dzień 31 grudnia 2022 r. skład Rady Dyrektorów był następujący:

- Darren Huston (Przewodniczący Rady Dyrektorów)
- Francois Nuyts (Dyrektor Generalny Grupy) – rezygnacja z dniem 31 sierpnia 2022 r.
- Roy Peticucci (Dyrektor Generalny Grupy) – powołanie z dniem 21 września 2022 r.
- Jonathan Eastick (Dyrektor Finansowy Grupy)
- David Barker
- Nancy Cruickshank
- Paweł Padusiński
- Richard Sanders
- Carla Smits – Nusteling
- Pedro Arnt – powołanie z dniem 22 czerwca 2022 r.

Skład Rady Dyrektorów nie zmienił się do dnia zatwierdzenia niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego.

5. Połączenia jednostek gospodarczych

W roku zakończonym 31 grudnia 2022 r. oraz w okresie porównawczym zakończonym 31 grudnia 2021 r. Grupa zrealizowała następujące połączenia jednostek gospodarczych:

FINALIZACJA PRZEJĘCIA SPÓŁEK MALL GROUP A.S. I WE|DO CZ S.R.O.

(poniższe kwoty są podane w PLN, EUR i CZK)

W dniu 1 kwietnia 2022 r. na podstawie Umowy Nabycia Akcji („SPA”, „Share Purchase Agreement”) z dnia 4 listopada 2021 r. Grupa nabyła („Transakcja”) 100% udziałów w spółce Mall Group a.s. („Mall Group”) oraz 100% udziałów w spółce WE|DO CZ s.r.o. („WE|DO”) (razem „Podmioty przejmowane”) od sprzedających udziałowców, tj. spółki EC Investments a.s. (posiadającej 40% akcji w Mall Group a.s.), spółki BONAK a.s. (posiadającej 40% akcji w Mall Group a.s.), spółki Rockaway e-commerce a.s. (posiadającej 20% akcji w Mall Group a.s.) i spółki Titancoin International a.s. (posiadającej 100% udział w WE|DO CZ s.r.o.) i której ostatecznymi właścicielami są trzej sprzedający udziałowcy Mall Group a.s.) (razem „Byli udziałowcy”).

Grupa poniosła koszty transakcyjne związane z przejęciem w wysokości 52 152 225 PLN, z czego 48 941 390 PLN zostało ujęte w okresie dwunastu miesięcy zakończonym 31 grudnia 2021 r. w pozycji koszty transakcyjne w rachunku zysków i strat. Pozostałe koszty w wysokości 3 210 835 PLN zostały ujęte w sprawozdaniu z całkowitych dochodów w niniejszym Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym w pozycji koszty transakcyjne.

INFORMACJE O PODMIOTACH PRZEJMOWANYCH ORAZ GŁÓWNYCH POWODACH POŁĄCZENIA JEDNOSTEK GOSPODARCZYCH

Grupa Mall i WE|DO zbudowały jedne z wiodących firm e-commerce i logistycznych w Europie Środkowo-Wschodniej, dzięki połączeniu dużej bazy klientów, wysokiego ruchu, bardzo popularnych marek konsumenckich i doświadczonych zespołów obsługujących różne rynki krajowe. Kierownictwo Grupy spodziewa się, że Transakcja pozwoli na przyspieszenie wzrostu i rozszerzenie bazy klientów i sprzedawców w całym regionie w ramach połączonej platformy, co powinno znacznie przyspieszyć wzrost poziomu GMV Podmiotów Przejmowanych poprzez rozszerzenie asortymentu i poprawę zaangażowania użytkowników w modelu 3P (third-party marketplace).

Transakcja zapewni Grupie możliwość realizacji zamówień na rynki zagraniczne przez Grupę Mall i dostęp do infrastruktury logistycznej w ramach „ostatniej mili”. Allegro natomiast wniesie swoją wiedzę na temat biznesu 3P i najnowocześniejszą technologię, aby wspólnie rozwijać się szybciej. W ten sposób obie firmy w pełni wykorzystają swoje mocne strony, tworząc prawdziwie międzynarodowe, biznesowe koło zamachowe, napędzane know-how zespołów połączonych organizacji. Allegro wzmocni biznes 3P Grupy Mall, obecnie funkcjonującej głównie w modelu 1P, więc przewidywany jest również wzrost rentowności dzięki znacznie większemu wyborowi ofert i częstotliwości transakcji.

Kierownictwo Grupy oczekuje, że Transakcja wzmocni wspólną pozycję spółek jako wiodącej platformy handlowej w regionie, podnosząc jakość codziennego życia milionów klientów. Kupujący będą mogli liczyć na lepszy wybór, atrakcyjne ceny i większą wygodę, a wspólna baza międzynarodowych sprzedawców pozwoli wystawić ich oferty na platformie i sprzedawać w całym regionie. Połączenie powinno poprawić doświadczenie zakupowe klientów oraz zapewnić najatrakcyjniejsze ceny, a także najszerszy wybór ofert oraz maksymalną wygodę kupowania 18 milionom klientów w całym regionie. Dzięki przejęciu Grupy Mall i WE|DO, Grupa poszerzyła swoją działalność o Czechy, Słowację, Słowenię, Węgry i Chorwację.

Chociaż Transakcja stworzy liczne możliwości dla wszystkich spółek wchodzących w skład Grupy, oczekuje się, że większość efektów synergii wystąpi w segmencie Mall.

Jeżeli nabycie spółek Grupy Mall i WE|DO ujmowane byłoby od początku roku obrotowego, to przychody i strata netto Grupy za okres zakończony 31 grudnia 2022 r. wyniosłyby odpowiednio 9 658 509 788 PLN i 2 018 111 640 PLN. Od dnia przejęcia przejmowane podmioty osiągnęły przychody w wysokości 2 364 452 574 PLN i poniosły stratę netto w wysokości 359 620 796 PLN.

CENA NABYCIA

W ramach sfinalizowania przejęcia Allegro.eu nabyło początkowo 47 akcji w Mall Group a.s. stanowiących 47% kapitału zakładowego, a pozostałe akcje w Mall Group a.s. (53 akcje stanowiące 53% kapitału zakładowego) oraz wszystkie udziały w WE|DO CZ s.r.o. zostały nabyte przez Allegro.

Wszystkie udziały w WE|DO CZ s.r.o. i 53 akcje w Mall Group zostały nabyte przez Allegro w zamian za gotówkę, która wyniosła odpowiednio 14 000 000 EUR (równowartość 65 109 800 PLN) i 459 510 138 EUR (równowartość 2 137 043 798 PLN).

Cena za 47 akcji Mall Group a.s. nabytych przez Allegro.eu została rozliczona poprzez emisję 33 649 039 nowych akcji zwykłych („Nowe Akcje”) o wartości nominalnej 0,01 PLN każda. Wyemitowane akcje zapewniają Byłemu Udziałowcowi 3% udziału w Allegro.eu i taki sam udział w prawach głosu. Wartość godziwa nowych akcji na dzień sfinalizowania przejęcia (wycenionych według ceny notowanej na dzień zamknięcia) wyniosła 1 181 081 269 PLN.

Natychmiast po sfinalizowaniu przejęcia Allegro.eu wniosła aport w postaci 47 akcji w Mall Group a.s. do spółki Allegro Treasury S.à r.l. (poprzednio: Adinan Midco S.à r.l.), która z kolei natychmiast wniosła aport w postaci 47 akcji w Mall Group a.s. do Allegro. Po zakończeniu transakcji Allegro zostało jedynym właścicielem 100% akcji w Mall Group i 100% udziałów w WE|DO. Akcje te zostały przeniesione w ramach Grupy Allegro.eu, więc nie miały wpływu na Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe Grupy Allegro.

Płatność gotówkowa za Grupę Mall i WE|DO została rozliczona w całości w dniu zawarcia Transakcji. Transakcje zostały częściowo sfinansowane ze środków własnych Grupy w wysokości 1 221 258 800 PLN oraz Kredytu Dodatkowego w wysokości 1 000 000 000 PLN. Cena transakcji została wyrażona i rozliczona w EUR. W celu ograniczenia ryzyka zmienności kursów walutowych i zabezpieczenia przepływów pieniężnych, Grupa zawarła warunkową walutową transakcję terminową, która została zrealizowana 31 marca 2022 r. poprzez przekazanie kwoty 2 221 258 800 PLN w zamian za 474 000 000 EUR. Grupa zastosowała rachunkowość zabezpieczeń w celu zabezpieczenia ryzyka walutowego wynikającego z Transakcji. Warunkowa walutowa transakcja terminowa została wykorzystana jako instrument zabezpieczający, a strata na rozliczeniu zabezpieczającego instrumentu pochodnego w wysokości 16 827 000 PLN została ujęta bezpośrednio w kapitale własnym w momencie sfinalizowania przejęcia i skorygowała wartość firmy ujętą na Transakcji.

Cena nabycia została dodatkowo pomniejszona w związku z ujęciem aktywa z tytułu prawa do rekompensaty w wysokości 15 134 672 PLN. Zgodnie z Umową Nabycia Akcji Grupa jest uprawniona do otrzymania od poprzednich Akcjonariuszy rekompensaty w wysokości równej wszelkim kosztom lub zobowiązaniom poniesionym przez Grupę w związku z określonymi w umowie roszczeniami z tytułu podatku CIT i innych roszczeń podatkowych, które mogą powstać po rozpoczęciu transakcji przejęcia. Aktywo z tytułu prawa do rekompensaty zostało ujęte w kwocie równej kwocie rezerwy ujętej w przejętych aktywach netto.

Na dzień Transakcji Grupa uregulowała pozostałe zadłużenie Podmiotów przejmowanych wobec poprzednich akcjonariuszy w wysokości 1 089 054 731 CZK (równowartość 207 573 832 PLN), które zostało ujęte jako część ceny nabycia. Więcej szczegółowych informacji przedstawiono w punkcie poniżej.

ALOKACJA CENY NABYCIA (PURCHASE PRICE ALLOCATION)

Możliwe do zidentyfikowania aktywa i zobowiązania Podmiotów przejmowanych są wyceniane na dzień sfinalizowania przejęcia w wartości godziwej.

Na podstawie alokacji ceny nabycia wartość firmy ujęta na transakcji przejęcia wyniosła 2 286 138 PLN. Kwota ta jest przypisana do pozycji, które nie spełniają kryteriów do rozpoznania jako wartości niematerialne i prawne i odzwierciedla synergii, których wystąpienia oczekuje się w ramach segmentu Mall. Oczekuje się, że te efekty synergii będą wynikać przede wszystkim ze wzrostu liczby sprzedających i większej różnorodności produktów oferowanych na platformie handlowej, co z kolei powinno przełożyć się na znaczący wzrost bazy aktywnych kupujących Grupy.

Ze względu na fakt, że Grupa Mall i WE|DO zostały nabyte przez Grupę Allegro od tego samego sprzedającego, przejęcia zostały wynegocjowane jako jedna transakcja, a Podmioty przejmowane zostały przejęte w tym samym dniu. W efekcie Transakcja jest ujmowana jako jedna transakcja połączenia jednostek gospodarczych. W związku z tym poniższe ujawnienie zaprezentowane jest jako jedno połączenie jednostek gospodarczych.

Wartość firmy wynikająca z przejęcia dotyczy czterech różnych ośrodków wypracowujących środki pieniężne: Mall North, Mall South, CZC i WE|DO. Zdaniem Grupy są to najmniejsze możliwe do zidentyfikowania grupy aktywów, które są w stanie wypracowywać w wysokim stopniu niezależne wpływy pieniężne. Wszystkie cztery ośrodki wypracowujące środki pieniężne są przypisane do jednego segmentu operacyjnego „Mall”, zgodnie z opisem w Nocie 8.

Grupa przeprowadza testy na utratę wartości na poziomie segmentu operacyjnego Mall jako całości, ponieważ jest to najniższy poziom, na którym kierownictwo Grupy monitoruje wartość firmy dla wewnętrznych celów zarządczych. Jest to również poziom agregacji, na którym zidentyfikowano segment operacyjny „Mall”, odzwierciedlający poziom, na którym kluczowi Dyrektorzy Grupy analizują wyniki operacyjne przejętych podmiotów.

Wartość firmy jest wyrażona w lokalnych walutach przejętych podmiotów (waluta funkcjonalna) i podlega przeliczeniu na walutę prezentacji Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego Grupy Allegro.eu.

NABYCIE SPÓŁEK X-PRESS COURIERS SP. Z O.O. („XPC”) ORAZ SKYNET CUSTOMS BROKERS SP. Z O.O. („SCB”)

W dniu 8 października 2021 roku spółka Allegro.pl sp. z o.o. nabyła 100% udziałów w spółce X-press Couriers Sp. z o.o. oraz 100% udziałów w spółce SkyNet Customs Brokers Sp. z o.o. za kwotę, odpowiednio, 26 865 PLN i 1 925 PLN.

Płatność za spółkę XPC została podzielona na dwie transze: kwota 25 865 PLN została rozliczona w dniu zawarcia transakcji, a pozostała kwota 1 000 PLN ma zostać zapłacona w pełni rozliczona w dniu zawarcia transakcji. Obie transakcje zostały sfinansowane ze środków własnych Grupy.

X-press Couriers Sp. z o.o. jest wiodącą firmą kurierską realizującą dostawy tego samego dnia w obrębie miasta i dostawy następnego dnia pomiędzy miastami. XPC koncentruje się na szybko rozwijających się segmentach dostaw tego samego dnia oraz segmentach międzynarodowych, obejmujących dostawy przesyłek w ramach e-commerce. SCB jest agencją celną, która świadczy usługi na rzecz XPC i innych klientów.

W związku z przejęciem XPC Grupa ujęła wartość firmy w kwocie 29 253 PLN oraz wartości niematerialne i prawne w kwocie 530 PLN. Nadwyżka ceny zapłaconej ponad wartość godziwą możliwych do zidentyfikowania aktywów netto SCB w wysokości 1 067 PLN została w całości przypisana do wartości firmy.

Wartość firmy z obu transakcji przejęcia wynika z efektów skali oczekiwanych w wyniku połączenia działalności Grupy z działalnością przejmowanych podmiotów.

Podstawowym założeniem transakcji było przejęcie istniejącej sieci kurierów w celu uzupełnienia dalszego rozwoju działalności logistycznej Grupy, w tym inicjatywy Fulfillment Center i rozbudowy sieci Automatów Paczkowych. Zgodnie z MSSF 3 zgromadzona siła robocza nie spełnia kryteriów identyfikowalności, dlatego też jej wartość jest odzwierciedlona w wartości firmy.

Przychody spółek XPC i SCB ujmowane od dnia przejęcia w skonsolidowanym sprawozdaniu z całkowitych dochodów za rok obrotowy 2021 wyniosły 8 856 PLN, a ich strata netto 388 PLN. Jeżeli nabycie spółek XPC i SCB ujmowane byłoby od początku roku obrotowego, to przychody Grupy za rok obrotowy 2021 wyniosłyby 5 372 431 PLN a jej zysk netto 1 085 135 PLN.

Koszty związane z transakcją zakupu w wysokości 819 PLN zostały ujęte w skonsolidowanym rachunku zysków i strat i innych całkowitych dochodów w pozycji Koszty transakcyjne.

Poniżej zaprezentowano skutki rozliczenia transakcji nabycia:

Na dzień nabycia [w tys. PLN]	Grupa Mall i WE DO 01.04.2022	X–press Couriers 08.10.2021	SkyNet Customs Brokers 08.10.2021
Cena nabycia	3 592 501	26 865	1 925
– wynagrodzenie gotówkowe	2 202 154	25 865	1 925
– spłata pożyczki od akcjonariuszy	207 574	—	—
– rozliczenie warunkowej walutowej transakcji terminowej	16 827	—	—
– wartość godziwa akcji wyemitowanych przez Allegro.eu	1 181 081	—	—
– aktywa z tytułu prawa do rekompensaty	(15 135)	—	—
– odroczone płatność ceny nabycia	—	1 000	—
Wartość godziwa aktywów netto	(1 306 363)	2 388	(858)
Wartość firmy	2 286 138	29 253	1 067
Nabyte aktywa netto			
Znaki towarowe	142 401	—	—
Relacje z klientami	1 207 128	—	—
Domeny	142 401	—	—
Oprogramowanie	260 923	530	—
Pozostałe wartości niematerialne i prawne	10 032	—	67
Rzeczowe aktywa trwałe	318 225	989	—
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	346	293	—
Zapasy	410 173	23	—
Należności handlowe oraz pozostałe należności	142 964	3 672	1 231
<i>Należności handlowe oraz pozostałe należności, brutto</i>	<i>149 372</i>	<i>3 672</i>	<i>1 231</i>
<i>Umowne przepływy pieniężne, których uzyskanie nie jest oczekiwane</i>	<i>(6 408)</i>	<i>—</i>	<i>—</i>
Należności z tytułu podatku dochodowego	1 508	—	—
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	61 565	292	4 948
Kredyty i pożyczki ^[1]	(380 966)	(1 773)	—
Zobowiązania z tytułu leasingu	(150 949)	(664)	—
Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania	(523 948)	(5 619)	(5 376)
Zobowiązania wobec pracowników	(42 960)	(89)	(12)
Pozostałe aktywa/(zobowiązania)	34 683	—	—
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	(327 163)	(43)	—
Aktywa netto	1 306 363	(2 388)	858

[1] w tym kredyty bankowe spłacone przez Grupę Allegro.eu po zakończeniu przejęcia Grupy Mall i WE|DO

	Grupa Mall i WE DO 01.04.2022	X–press Couriers 08.10.2021	SkyNet Customs Brokers 08.10.2021
Zapłacona cena nabycia obejmuje:	(2 411 420)	(25 865)	(1 925)
<i>Wynagrodzenie zapłacone Sprzedającym (wynagrodzenie gotówkowe i spłata pożyczki od akcjonariuszy)</i>	<i>(2 394 593)</i>	<i>(25 865)</i>	<i>(1 925)</i>
<i>Przepływy pieniężne związane z rozliczeniem brutto zabezpieczającego instrumentu pochodnego:</i>	<i>(16 827)</i>	<i>—</i>	<i>—</i>
<i>Wypływ środków pieniężnych z tytułu rozliczenia zabezpieczającego instrumentu pochodnego</i>	<i>(2 221 259)</i>	<i>—</i>	<i>—</i>
<i>Wpływ środków pieniężnych z tytułu rozliczenia zabezpieczającego instrumentu pochodnego</i>	<i>2 204 432</i>	<i>—</i>	<i>—</i>
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	61 565	292	4 948
Przepływ środków pieniężnych w transakcji nabycia	(2 349 855)	(25 573)	3 023

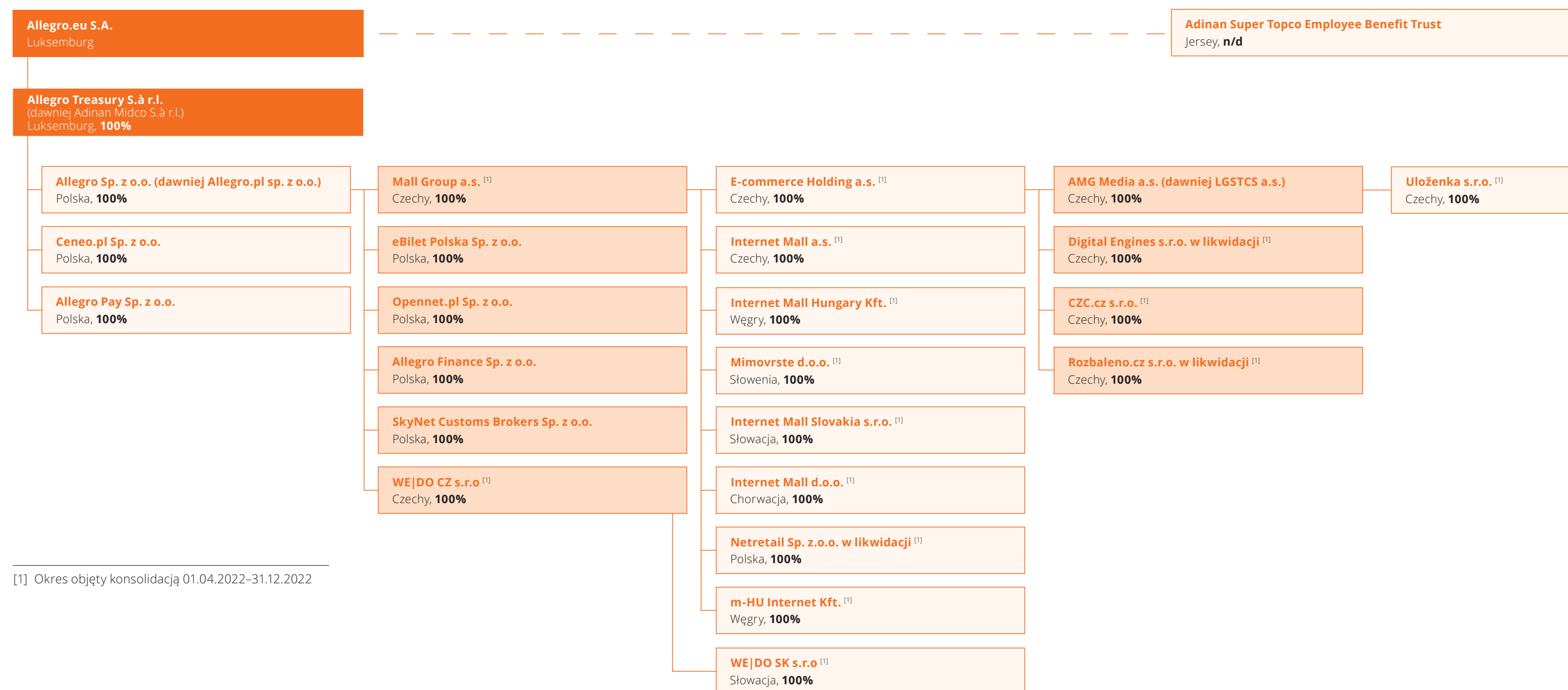
Wartość firmy jest poddawana testom na utratę wartości co roku lub częściej, jeżeli istnieją obiektywne przesłanki utraty wartości. W bieżącym okresie sprawozdawczym Grupa zidentyfikowała okoliczności wskazujące na możliwość wystąpienia utraty wartości aktywów nabytych w ramach transakcji przejęcia Grupy Mall i WE|DO. Dalsze informacje przedstawiono w Nocie 29.1.

Relacje z klientami, znaki towarowe, domeny oraz oprogramowanie amortyzuje się przez szacowany okres ich ekonomicznej użyteczności (patrz Nota 13).

6. Struktura grupy

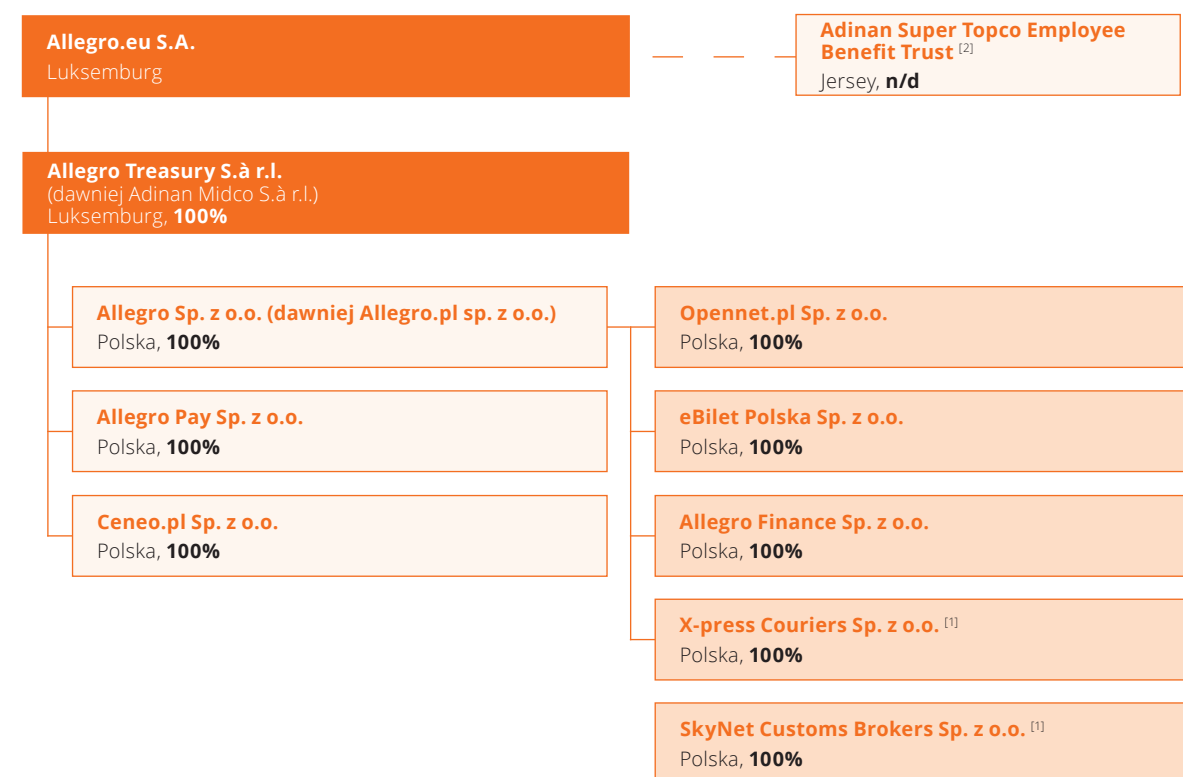
Kluczowe informacje dotyczące członków Grupy, kraju ich siedziby, udziałów w kapitale zakładowym posiadanych przez Grupę i okresów podlegających konsolidacji zostały przedstawione w dwóch poniższych tabelach za lata zakończone odpowiednio 31 grudnia 2022 r. i 31 grudnia 2021 r.

OKRES OBJĘTY KONSOLIDACJĄ 01.01.2022 – 31.12.2022



[1] Okres objęty konsolidacją 01.04.2022–31.12.2022

OKRES OBJĘTY KONSOLIDACJĄ 01.01.2021 – 30.12.2021



[1] Okres objęty konsolidacją
 08.10.2021-31.12.2021

[2] Okres objęty konsolidacją
 01.09.2021-31.12.2021

Prawo głosu jest takie samo jak w przypadku udziałów posiadanych w każdym podmiocie z wyjątkiem Adinan Super Topco Employee Benefit Trust (więcej informacji przedstawiono w Nocie 27.3).

Kierownictwo Grupy podjęło decyzję o likwidacji spółki Netretail Sp. z o.o., jednostki operacyjnej z siedzibą w Polsce, będącej jednostką zależną Mall Group a.s., spółki nabytej w ramach transakcji połączenia jednostek gospodarczych zakończonej 1 kwietnia 2022 r. Aktywa kontrolowane przez spółkę zostały przeniesione do Allegro sp. z o.o., a proces likwidacji ma nastąpić w pierwszym półroczu 2023 r.

31 grudnia 2022 r. nastąpiło połączenie spółki E-commerce Holding a.s. ze spółką Mall Group a.s. Ponadto spółki Rozbaleno.cz s.r.o. v likvidaci, Uloženska s.r.o. i Digital Engines s.r.o. v likvidaci zostały zbyte w dniu 27 października 2022 r.

Transakcje likwidacji i zbycia nie spełniają kryteriów prezentacji jako działalność zaniechana, ponieważ działalność prowadzona przez te podmioty nie stanowiła odrębnej istotnej dziedziny działalności ani odrębnego istotnego geograficznego obszaru działalności, zgodnie z definicją zawartą w MSSF 5 „Aktywa trwale przeznaczone do sprzedaży oraz działalność zaniechana”.

7. Zatwierdzenie skonsolidowanego sprawozdania finansowego

Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe za rok zakończony 31 grudnia 2022 roku zostało zatwierdzone przez Radę Dyrektorów do publikacji w dniu 28 marca 2023 roku.



NOTY DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW

8. Informacje dotyczące segmentów działalności

8.1 Opis segmentów i działalności podstawowej

Grupa Allegro.eu wdrożyła wewnętrzny system sprawozdawczości funkcjonalnej. Na potrzeby zarządzania Grupa została zorganizowana wokół jednostek gospodarczych ze względu na oferowane produkty i posiada trzy operacyjne segmenty sprawozdawcze przedstawione poniżej.

W dniu 1 kwietnia 2022 r. Grupa zakończyła transakcję przejęcia Grupy Mall i WE|DO. Wyniki finansowe tych podmiotów są prezentowane w nowym segmencie operacyjnym „Mall”.

Segment sprawozdawczy	Opis	Podmioty prawne
Allegro	Segment prowadzący platformę handlu elektronicznego B2C, C2C i B2B, działający głównie na terenie Polski, obejmujący internetową platformę handlową i związane z nią usługi, takie jak udzielanie pożyczek konsumenckich i działalność logistyczna.	Allegro sp. z o.o. Allegro Pay sp. z o.o. Allegro Finance sp. z o.o. Opennet.pl sp. z o.o. SkyNet Customs Brokers sp. z o.o.
Ceneo	Segment świadczący usługi porównywania cen w zakresie wielu kategorii na polskim rynku, umożliwiające klientowi znalezienie najatrakcyjniejszej ceny spośród różnych stron internetowych i platform handlowych.	Ceneo.pl sp. z o.o.
Mall	Obejmuje działalność e-commerce i logistyczną oraz marki Mall Group i WE DO, działające w Czechach, na Słowacji, Węgrzech oraz w Słowenii i Chorwacji.	Mall Group a.s. Internet Mall a.s. Internet Mall Hungary Kft. Mimovrste d.o.o. Internet Mall Slovakia s.r.o. Internet Mall d.o.o. Netretail Sp. z o.o. w likwidacji m-HU Internet Kft. E-commerce Holding a.s. Digital Engines s.r.o. AMG Media a.s. CZC.cz s.r.o. Rozbaleno.cz s.r.o. Uloženska s.r.o. WE DO CZ s.r.o. WE DO SK s.r.o.

Segmenty sprawozdawcze są określone na poziomie Grupy i odpowiadają segmentom operacyjnym. Wyniki segmentów oceniane są na podstawie przychodów oraz zysku z działalności operacyjnej przed amortyzacją, ujętych odpisów z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych oraz pomniejszonych o ich rozwiązanie („EBITDA”), zgodnie z definicją zawartą w Nocie 8.2. Przyjęte zostały jednolite zasady rachunkowości dla wszystkich segmentów oraz dla całej Grupy. Transakcje pomiędzy segmentami wyłączane są w procesie konsolidacji.

Do segmentów nie są przypisywane przychody z tytułu odsetek oraz koszty finansowe, ponieważ działalność tego typu prowadzona jest przez centralną jednostkę skarbu, która zarządza pozycją gotówkową Grupy. Wszystkie segmenty operacyjne mają rozproszoną bazę klientów – żaden pojedynczy klient nie generuje więcej niż 10% przychodów segmentu. Informacje na temat wyników Grupy uzyskanych w różnych lokalizacjach geograficznych przedstawiono w poniższej tabeli.

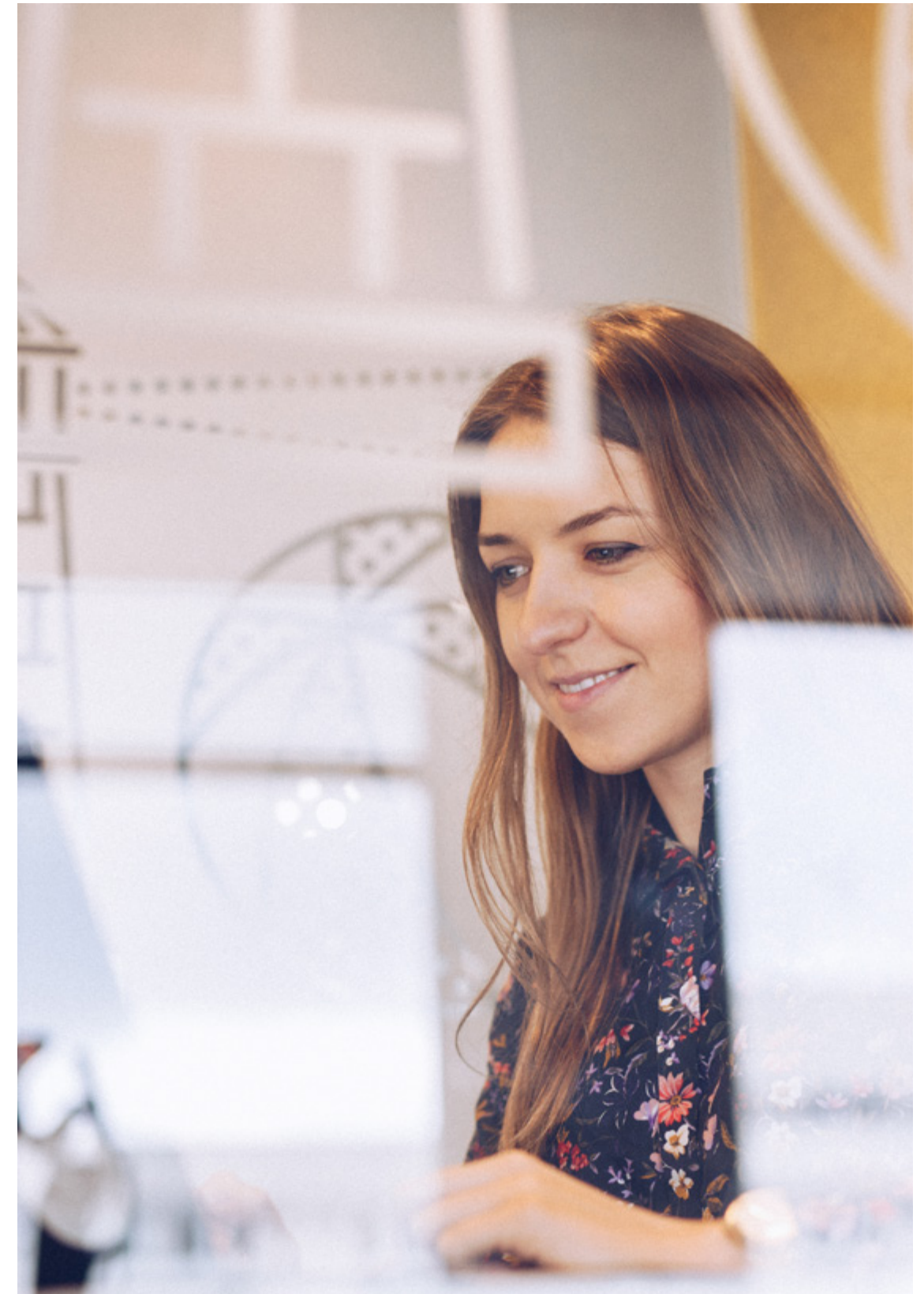
01.01–31.12.2022	RAZEM	Allegro	Ceneo	Mall	Inne	Wyłączenia
Przychody zewnętrzne	9 004 916	6 352 307	246 365	2 361 884	44 360	—
<i>Polska</i>	<i>6 652 316</i>	<i>6 352 307</i>	<i>246 365</i>	<i>9 284</i>	<i>44 360</i>	—
<i>Czechy</i>	<i>1 548 282</i>	—	—	<i>1 548 282</i>	—	—
<i>Pozostałe kraje</i>	<i>804 317</i>	—	—	<i>804 317</i>	—	—
Przychody międzysegmentowe	—	13 670	53 243	3 883	280	(71 075)
Przychody	9 004 916	6 365 977	299 608	2 365 767	44 640	(71 075)
Koszty operacyjne	(7 004 380)	(4 266 280)	(188 381)	(2 564 076)	(56 718)	71 075
EBITDA	2 000 536	2 099 697	111 226	(198 309)	(12 078)	—
Amortyzacja oraz odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych	(3 182 663)					
Koszty finansowe netto	(457 327)					
Zysk przed opodatkowaniem	(1 639 454)					
Obciążenie z tytułu podatku dochodowego	(277 342)					
Zysk netto	(1 916 796)					

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu zgodna z wymogami ESEF i dostępna na stronie www.allegro.eu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

01.01–31.12.2021	RAZEM	Allegro	Ceneo	Mall	Inne	Wyłączenia
Przychody zewnętrzne	5 352 870	5 096 970	236 385	—	19 515	—
<i>Polska</i>	<i>5 352 870</i>	<i>5 096 970</i>	<i>236 385</i>	—	<i>19 515</i>	—
<i>Czechy</i>	—	—	—	—	—	—
<i>Pozostałe kraje</i>	—	—	—	—	—	—
Przychody międzysegmentowe	—	65 428	68 978	—	306	(134 712)
Przychody	5 352 870	5 162 398	305 363	—	19 821	(134 712)
Koszty operacyjne	(3 359 130)	(3 278 472)	(176 224)	—	(39 146)	134 712
EBITDA	1 993 740	1 883 926	129 139	—	(19 325)	—
Amortyzacja oraz odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych	(520 795)					
Wynik z działalności finansowej	(114 824)					
Zysk przed opodatkowaniem	1 358 121					
Obciążenie z tytułu podatku dochodowego	(268 503)					
Zysk netto	1 089 618					

Segment operacyjny Inne obejmuje wyniki spółek eBilet, Allegro.eu i Allegro Treasury.

Rada Dyrektorów nie analizuje segmentów operacyjnych pod względem aktywów i zobowiązań. Segmenty operacyjne Grupy prezentowane są w sposób zgodny ze sprawozdawczością wewnętrzną przekazywaną do Rady Dyrektorów Jednostki Dominującej, która jest głównym organem podejmującym decyzje strategiczne. Decyzje operacyjne podejmowane są na poziomie spółek operacyjnych.



8.2. Skorygowana EBITDA (wskaźnik niezdefiniowany w standardach rachunkowości)

EBITDA, która jest miarą zysku segmentów operacyjnych, definiowana jest jako zysk netto powiększony o obciążenie z tytułu podatku dochodowego, wynik na działalności finansowej (tj. przychody i koszty finansowe), amortyzację, odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych oraz pomniejszony o rozwiązanie tych odpisów.

W bieżącym okresie sprawozdawczym definicja EBITDA została zaktualizowana, aby uwzględnić nową pozycję, która nie występowała w poprzednich okresach, tj. odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych.

Kierownictwo Grupy ma przekonanie, że Skorygowana EBITDA jest najbardziej odpowiednim wskaźnikiem zysku Grupy. W ramach Skorygowanej EBITDA wyłączony zostaje wpływ istotnych pozycji dochodów i wydatków, które mogą mieć wpływ na jakość zysków. Grupa definiuje Skorygowaną EBITDA jako EBITDA po wyłączeniu kosztów postępowań regulacyjnych, kosztów restrukturyzacji i rozwoju Grupy, darowizn na rzecz różnych organizacji po-

żytku publicznego, niektórych elementów motywacyjnych oraz premii dla pracowników, kosztów restrukturyzacji zatrudnienia, a także kosztów transakcyjnych, ponieważ są to głównie koszty jednorazowe, które nie są bezpośrednio związane z podstawową działalnością Grupy. W ramach Skorygowanej EBITDA wyłączone zostają również koszty związane z programem motywacyjnym (Allegro Incentive Plan). Skonsolidowana Skorygowana EBITDA jest analizowana i weryfikowana wyłącznie na poziomie Grupy.

EBITDA oraz Skorygowana EBITDA nie są miernikami zdefiniowanymi w MSSF i nie należy traktować ich jako alternatywnych dla mierników MSSF miar zysku/(straty) za okres, jako wskaźników wyników operacyjnych lub jako miar przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej zgodnych z MSSF ani jako wskaźnik płynności. EBITDA oraz Skorygowana EBITDA nie są wskaźnikami jednolitymi i wystandaryzowanymi, w związku z czym obliczenie EBITDA oraz Skorygowanej EBITDA może znacząco się różnić w różnych spółkach.

	01.01–31.12.2022	01.01–31.12.2021
EBITDA	2 000 536	1 993 740
Koszty postępowań regulacyjnych ^[1]	3 340	4 568
Koszty restrukturyzacji i rozwoju Grupy ^[2]	80 618	45
Darowizny na rzecz różnych organizacji pożytku publicznego ^[3]	3 008	2 315
Premia dla pracowników i środki na wyposażenie ochronne przeciwko COVID-19 ^[4]	390	1 302
Program motywacyjny Allegro Incentive Plan ^[5]	52 489	16 706
Koszty transakcyjne ^[6]	3 211	49 806
Koszt restrukturyzacji zatrudnienia ^[7]	9 065	—
Skorygowana EBITDA	2 152 657	2 068 482

- [1] Koszty prawne dotyczące głównie incydentalnych postępowań regulacyjnych, opłat prawnych i opłat za usługi eksperckie oraz kosztów rozliczeń.
- [2] Koszty badania prawnego i finansowego oraz inne koszty doradztwa w odniesieniu do:
- potencjalnych przejęć lub zaniechanych projektów przejęć spółek,
 - koszty integracji po przejęciu i inne koszty doradztwa w odniesieniu do zawartych i sfinalizowanych transakcji przejęcia,
 - koszty restrukturyzacji niezwiązanej z zatrudnieniem.
- Kwota zaprezentowana w 2022 r. dotyczy głównie ponoszonych po przejęciu opłat za usługi profesjonalne związane z integracją Grupy Mall i WE|DO.
- [3] Darowizny dokonane przez Grupę celem wsparcia służby zdrowia, organizacji charytatywnych i pozarządowych w czasie pandemii COVID-19 oraz celem zapewnienia pomocy humanitarnej dla osób dotkniętych wojną na Ukrainie.
- [4] Koszty poniesione przez Grupę na zakup wyposażenia ochronnego przeciwko COVID-19 dla pracowników i wypłatę premii dla pracowników na zakup sprzętu wymaganego do pracy zdalnej w czasie pandemii COVID-19.
- [5] Koszty długoterminowego programu motywacyjnego, w ramach którego Dyrektorem Wykonawczym, Kluczowym Menedżerem i innym pracownikom przyznawane są nagrody w postaci Ekwiwalentów akcji za wyniki („PSU”) i Ekwiwalentów akcji o ograniczonej zbywalności („RSU”).
- [6] Koszty usług doradczych, koszty prawnego, finansowego i podatkowego badania due diligence oraz inne koszty transakcyjne poniesione przed przejęciem w związku z zakończoną transakcją nabycia spółek Mall Group a.s. i WE|DO CZ s.r.o.
- [7] Określone płatności związane z reorganizacją Zarządów jednostki dominującej i spółek operacyjnych, a także odprawy dla pracowników objętych projektami restrukturyzacyjnymi. W 2022 r. koszty te dotyczyły głównie zatrudnienia kluczowej kadry kierowniczej, a także odpraw dla pracowników objętych projektami restrukturyzacyjnymi.

9. Przychody z umów z klientami

9.1. Zasady rachunkowości

UJMOWANIE PRZYCHODÓW

Zgodnie z MSSF 15 przychody ujmuje się w momencie, gdy klient uzyskuje kontrolę nad towarem lub usługą. W przypadku sprzedaży wielu towarów lub usług w ramach jednej umowy, wynagrodzenie jest alokowane do każdego zobowiązania do wykonania świadczenia w oparciu o jednostkową cenę sprzedaży. Wynagrodzenie obejmuje oszacowanie zmiennego wynagrodzenia, jeżeli jest wysoce prawdopodobne, że kwota nie spowoduje istotnego odwrócenia przychodów w przypadku zmiany szacunków. Jeżeli umowa zawiera znaczący element odroczonej płatności, to cena transakcyjna korygowana jest o wartość pieniądza w czasie (Grupa nie miała takich umów w 2022 i 2021 r.).

PRZYCHODY PLATFORM HANDLOWYCH

Grupa pobiera dwa podstawowe rodzaje opłat: prowizje od sprzedaży oraz opłaty za wystawienie ofert. Opłata za wystawienie oferty należna jest z góry i nie podlega zwrotowi. Prowizja od sprzedaży pobierana jest w momencie sprzedaży oferowanego towaru.

W umowie ze sprzedającym zasadniczo występuje tylko jedno zobowiązanie do wykonania świadczenia, którym jest usługa sprzedaży. Wydaje się, że nie występuje żadna korzyść reklamowa dla sprzedającego, którą można by odseparować od usługi sprzedaży.

Jest tak, ponieważ nie istnieją przesłanki, z których wynikałoby, że sprzedający może odnosić korzyści reklamowe – ani samodzielnie, ani przy użyciu innych dostępnych zasobów – ponieważ ograniczony i monitorowany kontakt pomiędzy sprzedającym a kupującym uniemożliwia jakiegokolwiek wzajemne interakcje poza serwisem Grupy, co odróżnia relację tego rodzaju od typowej umowy reklamowej.

PROWIZJE OD SPRZEDAŻY

Na podstawie własnej oceny kierownictwo uważa, że umowa pomiędzy Grupą a sprzedającym powinna być postrzegana jako umowa, w której Grupa zobowiązuje się pozyskać kupujących na towary sprzedającego (tzn. świadczenie Grupy polega wyłącznie na znalezieniu kupującego). W efekcie Grupa uzyskuje przychody od sprzedających i ujmuje prowizje od sprzedaży, gdy wystawione na platformie towary zostaną sprzedane. Przychody transakcyjne na koniec każdego okresu sprawozdawczego pomniejszane są o rezerwę na zwrot prowizji dla sprzedających oraz o rabaty i zachęty. Przyjęte zasady pozwalają sprzedającym na składanie wniosków o zwrot prowizji od transakcji, z których klienci zrezygnowali, w okresie 45 dni od zawarcia danej transakcji.

Przychody z platformy handlowej fakturowane są co miesiąc, z 14-dniowym terminem płatności.

OPŁATY ZA WYSTAWIENIE OFERTY

Na podstawie własnej oceny kierownictwo uważa, że umowa pomiędzy Grupą a sprzedającym powinna być postrzegana jako umowa, na mocy której Grupa zobowiązuje się udostępnić towary sprzedającego do zakupu (tzn. świadczenie Grupy obejmuje zarówno wystawienie oferty towarów, jak i znalezienie kupującego). W efekcie Grupa uzyskuje przychody od sprzedających na platformie i ujmuje opłaty za wystawienie oferty liniowo przez cały okres wystawienia towaru.

PRZYCHODY Z PORÓWNYWARKI CENOWEJ

Przychody ujmowane są w momencie kliknięcia przez kupującego oferty sprzedającego publikowanej wraz z konkurencyjnymi ofertami tego samego produktu. Kupujący przekierowywany jest na stronę internetową sprzedającego, który płaci opłatę za kliknięcie za tę transakcję.

Przychody fakturowane są co miesiąc z dołu, najczęściej z 14-dniowym terminem płatności.

USŁUGI REKLAMOWE

Przychody ze świadczonych usług reklamowych ujmowane są w okresie sprawozdawczym, w którym usługa jest świadczona. Przychody z usług reklamowych są ujmowane z uwzględnieniem wszelkich rabatów, w tym rabatów uzależnionych od obrotu.

Przychody z usług reklamowych fakturowane są co miesiąc z dołu, z 14-dniowym terminem płatności.

SPRZEDAŻ TOWARÓW

Przychody z tytułu sprzedaży towarów ujmuje się, gdy towary zakupione w celu odsprzedaży są sprzedawane za pośrednictwem własnego sklepu funkcjonującego na platformie handlowej. Przychody ujmowane są w momencie, gdy klient uzyskuje kontrolę nad towarem, czyli w momencie dostarczenia towaru klientowi. Dostawa następuje w momencie wysyłki towarów do lokalizacji określonej przez klienta. W momencie pierwotnego zakupu towarów na platformie handlowej, aż do momentu dostarczenia towarów klientowi, cena transakcyjna uzyskana przez Grupę ujmowana jest jako zobowiązanie z tytułu umowy.

Przychody, początkowo wycenione w kwocie wynagrodzenia, do którego – zgodnie z oczekiwaniami jednostki – będzie ona uprawniona, są pomniejszane o oczekiwany poziom zwrotów. Jednocześnie ujmuje się zobowiązanie do zwrotu, początkowo wyceniane w kwocie otrzymanego lub należnego wynagrodzenia, do którego – zgodnie z oczekiwaniami jednostki – nie jest ona uprawniona, a także ujmuje się składnik aktywów wraz z odpowiednią korektą kosztu własnego sprzedaży z tytułu prawa do odzyskania produktów od klientów. Grupa nie ponosi odpowiedzialności za żadne roszczenia z tytułu gwarancji.

Przychody ze sprzedaży towarów są fakturowane, a płatność otrzymuje się w momencie sfinalizowania transakcji sprzedaży.

POZOSTAŁE PRZYCHODY

Pozostałe przychody obejmują przychody z usług hostingowych rozpoznawane wraz z upływem czasu. Klientami usług hostingowych są spółki, które są lub były własnością Grupy Naspers, poprzedniego właściciela Grupy..

PROGRAMY LOJALNOŚCIOWE DLA KLIENTÓW

Atrakcyjność platformy dla sprzedających, a tym samym potencjał przychodowy Grupy, zależy przede wszystkim od liczby aktywnych kupujących i od ich zaangażowania na platformie (tj. wizyt na stronie, transakcji oraz wartości dokonanych zakupów). Aby zwiększyć aktywność kupujących na platformie handlowej Grupa wdrożyła programy motywujące ich do robienia zakupów na platformie. Allegro dąży do zwiększenia liczby kupujących oraz wskaźników ich zaangażowania. W tym celu ponosi koszty, których celem jest zwiększenie ruchu na platformie oraz przyciągnięcie nowych kupujących. Jednym z nich jest bezpłatny program lojalnościowy. Skutkiem tych działań jest ujęcie przychodów przyszłych okresów.

SMART!

Allegro częściowo pokrywa wydatki, które mogą być postrzegane przez kupujących jako bariera do zawierania transakcji e-commerce (e-handlu), takie jak koszt dostawy. W 2018 roku wprowadzony został program lojalnościowy Smart!, którego celem jest ograniczenie wpływu bariery związanej z kosztami dostawy. W zamian za miesięczną lub roczną opłatę, użytkownik otrzymuje nieograniczoną liczbę darmowych dostaw w okresie abonamentu, pod warunkiem osiągnięcia minimalnej wartości zamówienia. Wpływy z abonamentu ujmowane są jako przychody przyszłych okresów i stopniowo przenoszone do całkowitych dochodów jako przychody poprzez cały

okres obowiązywania umowy abonenckiej, ponieważ liczba darmowych dostaw w programie Smart! nie jest ograniczona. Allegro organizuje dostawę towarów zakupionych przez abonentów programu Smart! W odniesieniu do darmowych dostaw Allegro działa jako agent, w związku z czym koszt darmowej dostawy odejmowany jest od opłat abonenckich płaconych przez abonentów Smart!. Koszty dostaw przewyższające opłaty otrzymane od abonentów Smart! prezentowane są w pozycji „Koszty dostaw netto” w kosztach działalności operacyjnej w sprawozdaniu z całkowitych dochodów. Część transakcji związanych z programem Smart! może zakończyć się stratą, ponieważ koszty dostawy do kupującego mogą być wyższe, niż opłaty transakcyjne otrzymane od sprzedających. Mimo to Grupa uznała, że straty te są akceptowalne z perspektywy biznesowej, ze względu na fakt iż celem programu jest zwiększenie ogólnego zaangażowania kupujących i wolumenu transakcji, które ogółem generują dodatkowe przychody netto.

MONETY ALLEGRO

Program lojalnościowy Monety Allegro został wdrożony, aby zachęcić Kupujących do określonych zachowań (np. zakupy za pośrednictwem aplikacji mobilnej, zakupy w określonych kategoriach). Za dokonane zakupy Kupujący otrzymują monety, które uprawniają ich do zniżek na przyszłe zakupy. Zobowiązanie umowne z tytułu przydzielonych monet ujmowane jest w momencie sprzedaży. Wartość zniżek przydzielonych i wykorzystanych w danym okresie klasyfikuje się jako rabat. Koszty monet uzyskanych z tytułu zakupów od sprzedających prezentowane są jako korekty przychodów, natomiast koszty monet przydzielonych w efekcie różnych działań nabywców na platformie (np. pobranie aplikacji mobilnej) prezentowane są jako koszty marketingowe.



9.2. Podział przychodów z umów z klientami

	01.01–31.12.2022	01.01–31.12.2021
Przychody platform handlowych	5 340 815	4 319 180
Usługi reklamowe	612 265	477 113
Przychody z porównywarki cenowej	193 850	180 622
Sprzedaż towarów	2 694 679	333 821
Pozostałe przychody	163 307	42 134
Przychody	9 004 916	5 352 870

Element działalności przychodowej, będący ujemną kwotą odpowiadającą nadwyżce kosztów dostaw Smart! nad otrzymaną ceną abonamentu, prezentowany jest jako koszt w pozycji „Koszty dostaw netto” w kosztach operacyjnych w sprawozdaniu z całkowitych dochodów.

Poniżej przedstawione są przychody w podziale na segmenty:

01.01–31.12.2022	Allegro	Ceneo	Mall	Inne	Wyłączenia	Razem
Przychody platform handlowych	5 237 602	—	59 084	44 360	(230)	5 340 815
Usługi reklamowe	555 372	57 844	4 898	—	(5 849)	612 265
Przychody z porównywarki cenowej	—	239 147	—	—	(45 297)	193 850
Sprzedaż towarów	483 943	—	2 214 412	—	(3 676)	2 694 679
Pozostałe przychody	89 060	2 617	87 373	280	(16 023)	163 307
Przychody	6 365 977	299 608	2 365 767	44 640	(71 075)	9 004 916

01.01–31.12.2021	Allegro	Ceneo	Inne	Wyłączenia	Razem
Przychody platform handlowych	4 303 901	—	15 334	(55)	4 319 180
Usługi reklamowe	421 898	60 247	—	(5 032)	477 113
Przychody z porównywarki cenowej	—	241 814	—	(61 192)	180 622
Sprzedaż towarów	333 821	—	—	—	333 821
Pozostałe przychody	102 778	3 302	4 487	(68 433)	42 134
Przychody	5 162 398	305 363	19 821	(134 712)	5 352 870

Przychody uzyskiwane przez Grupę z transakcji na towarach i usługach w następujących głównych segmentach operacyjnych ujmowane są w określonym momencie lub rozliczane w czasie.

01.01–31.12.2022 Moment ujęcia przychodów:	Allegro	Ceneo	Mall	Inne	Wyłączenia	Razem
W określonym momencie (w tym prowizja od sprzedaży)	5 470 560	240 194	2 301 159	44 640	(62 965)	7 993 588
Rozliczane w czasie	895 417	59 414	64 607	—	(8 110)	1 011 328
Przychody	6 365 977	299 608	2 365 767	44 640	(71 075)	9 004 916

01.01–31.12.2021 Moment ujęcia przychodów:	Allegro	Ceneo	Inne	Wyłączenia	Razem
W określonym momencie (w tym prowizja od sprzedaży)	4 249 080	242 551	19 821	(127 142)	4 384 310
Rozliczane w czasie	913 318	62 812	—	(7 570)	968 560
Przychody	5 162 398	305 363	19 821	(134 712)	5 352 870

Grupa ma rozproszoną bazę klientów – żaden pojedynczy klient nie generuje więcej niż 10% przychodów.

9.3. Aktywa i zobowiązania z tytułu umów z klientami

Grupa ujęła następujące zobowiązania umowne związane z przychodami:

	Przychody przyszłych okresów – Allegro Smart! ^[1]	Przychody przyszłych okresów – wystawianie i promocja ofert ^[2]
Stan na 01.01.2022	92 114	8 836
Zwiększenie/(zmniejszenie)	1 165	370
Stan na 31.12.2022	93 279	9 206

	Przychody przyszłych okresów – Allegro Smart! ^[1]	Przychody przyszłych okresów – wystawianie i promocja ofert ^[2]
Stan na 01.01.2021	56 976	7 976
Zwiększenie/(zmniejszenie)	35 138	860
Stan na 31.12.2021	92 114	8 836

[1] **Program Smart!** – lojalnościowy program Smart! dla kupujących został wprowadzony w 2018 r. Kupujący płacą miesięczne lub roczne opłaty abonamentowe na początku okresu subskrypcji. Na dzień bilansowy część dotycząca przyszłych okresów ujmowana jest proporcjonalnie jako przychody przyszłych okresów.

[2] **Wystawianie i promocja ofert** – sprzedający mogą wystawiać oferty swoich towarów na platformie w formie ogłoszenia. Opłaty z tego tytułu ujmowane są jako przychody okresu, w którym wystawiana jest oferta.

Zobowiązania z tytułu umów z klientami prezentowane są w zobowiązaniach handlowych oraz pozostałych zobowiązaniach.

W roku 2022 i 2021 nie wystąpiły istotne aktywa z tytułu umów z klientami.

ISTOTNE ZMIANY STANU AKTYWÓW I ZOBOWIĄZAŃ Z TYTUŁU UMÓW Z KLIENTAMI

W bieżącym okresie nie wystąpiły istotne zmiany stanu zobowiązań z tytułu umów z klientami wynikających z transakcji innych niż ujęcie opłat abonamentowych od kupujących oraz ujęcia przychodów w momencie wykonania usług.

PRZYCHODY UJĘTE W ZWIĄZKU Z ZOBOWIĄZANAMI Z TYTUŁU UMÓW Z KLIENTAMI

W okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2022 r. ujęte zostały przychody w wysokości 92 114 PLN z tytułu zobowiązań umownych programu Smart! oraz przychody przyszłych okresów w wysokości 8 836 PLN z tytułu publikacji i promocji ofert z kwot, które zostały zawarte w saldzie zobowiązań z tytułu umów z klientami na początek okresu porównawczego.

W okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2021 r. ujęte zostały przychody w wysokości 56 976 PLN z tytułu zobowiązań umownych programu Smart! oraz przychody przyszłych okresów w wysokości 7 976 PLN z tytułu publikacji i promocji ofert z kwot, które zostały zawarte w saldzie zobowiązań z tytułu umów z klientami na początek okresu porównawczego.

PRZYPISANIE CENY TRANSAKCYJNEJ DO NIEZREALIZOWANYCH ZOBOWIĄZAŃ DO WYKONANIA ŚWIADCZENIA

Wszystkie umowy zawierane są na oczekiwany okres jednego roku lub krótszy. Zgodnie z MSSF 15 jednostka nie ujawnia jaka część ceny transakcyjnej przypisana jest do niezrealizowanych lub częściowo niezrealizowanych umów, gdy spodziewa się ująć te kwoty w przychodach.

AKTYWA Z TYTUŁU KOSZTÓW NIEZBĘDNYCH DO UZYSKANIA LUB REALIZACJI UMOWY

W roku 2022 i 2021 nie wystąpiły aktywa z tytułu kosztów niezbędnych do uzyskania lub realizacji umowy.

9.4 Zobowiązania z tytułu zwrotów

Wartość zobowiązań z tytułu zwrotów na dzień bilansowy wyniosła:

	Zobowiązania z tytułu programu lojalnościowego Monety Allegro ^[1]	Zobowiązania z tytułu zwrotów wynikających z umów ^[2]	Bonusy retrospektywne z tytułu przychodów reklamowych ^[3]
Stan na 01.01.2022	36 477	14 596	5 625
Zwiększenie/ (zmniejszenie)	(7 621)	19 347	(72)
Stan na 31.12.2022	28 856	33 943	5 553

	Zobowiązania z tytułu programu lojalnościowego Monety Allegro ^[1]	Zobowiązania z tytułu zwrotów wynikających z umów ^[2]	Bonusy retrospektywne z tytułu przychodów reklamowych ^[3]
Stan na 01.01.2021	32 847	12 889	4 710
Zwiększenie/ (zmniejszenie)	3 630	1 707	915
Stan na 31.12.2021	36 477	14 596	5 625

[1] **Program lojalnościowy Monety Allegro** – program Monety Allegro został wprowadzony w styczniu 2017 r. Więcej informacji na temat programu przedstawiono w Nocie 9.1.

[2] **Zwroty** – ta pozycja obejmuje zwroty prowizji, zwroty za towary sprzedane na platformie handlowej (model 1P) oraz inne zwroty. Każdy kupujący ma prawo zwrócić sprzedającemu zakupiony towar. W takim przypadku Grupa zobowiązana jest do zwrotu prowizji za anulowaną transakcję lub całej wartości transakcji w przypadku sprzedaży towarów. Na koniec każdego okresu sprawozdawczego Grupa koryguje przychody transakcyjne o kwotę oczekiwanych zwrotów i tworzy rezerwę na zwrot prowizji od sprzedaży i sprzedanych towarów. Zobowiązanie z tytułu zwrotu prowizji to wyliczone przy użyciu metody wartości oczekiwanej wynagrodzenia, jakie Grupa spodziewa się zwrócić sprzedającym (przychody z platform handlowych) lub kupującym (sprzedaż towarów) wraz z równoległą korektą przychodów.

[3] **Bonusy retrospektywne z tytułu przychodów reklamowych** – Grupa wypłaca bonusy retrospektywne na rzecz domów mediowych publikujących reklamy na stronach internetowych. Szacowana kwota dochodów ujmowana jest jako zobowiązanie z tytułu zwrotów. Bonusy wypłacane są po osiągnięciu uzgodnionego wcześniej poziomu rocznych wydatków domu mediowego.

Zobowiązania z tytułu zwrotów prezentowane jako salda otwarcia każdego okresu sprawozdawczego zostały rozliczone w kwotach zasadniczo zgodnych z kwotami ujętymi.

Zobowiązania z tytułu zwrotów prezentowane są w zobowiązaniach handlowych oraz pozostałych zobowiązaniach.

9.5 Istotny osąd dotyczący ujmowania programu Smart!

Przy opracowywaniu polityki rachunkowości przychodów zgodnych z wymogami MSSF 15, Kierownictwo rozważało, czy prezentacja księgowa wynikająca z zastosowanych subiektywnych ocen w najlepszy możliwy sposób oddaje treść gospodarczą transakcji sprzedaży oraz programów motywacyjnych na portalu handlowym. Kierownictwo zidentyfikowało dwie odrębne grupy umów: umowy ze sprzedającymi oraz umowy z kupującymi (umowy Smart!), które generują oddzielne strumienie przychodów, a zatem kupujący i sprzedający powinni być traktowani jako osobni klienci. Program Smart! generuje wyraźny strumień przychodów, w którym Allegro świadczy usługę organizując (i opłacając) dostawy w zamian za opłatę abonamentową od abonenta Smart! Cena transakcyjna w umowie Smart! powiązana jest wyłącznie z zobowiązaniem do wykonania świadczenia wynikającego z umowy Smart!, natomiast cena transakcyjna w umowie ze sprzedającym powiązana jest wyłącznie z zobowiązaniem do wykonania świadczenia wynikającym z umowy ze sprzedającym. Obie te umowy są odrębne i nie spełniają kryteriów wymaganych do traktowania ich łącznie, ponieważ zawierane są niezależnie od siebie, z innymi stronami i w innym momencie. W związku z powyższym nie występuje realokacja ceny transakcyjnej do każdej z tych umów, mimo że obie umowy są ekonomicznie powiązane. Większość umów Smart! z kupującymi przynosi straty (mają one ujemną rentowność), ponieważ koszty zrealizowanych dostaw przewyższają opłatę abonamentową na poziomie pojedynczej

umowy Smart! Kierownictwo jest zdania, że prezentacja ujemnej marży na umowach Smart! jako „Kosztów dostaw netto” w kosztach operacyjnych jest prawidłowa, ponieważ celem programu Smart! jest zwiększenie atrakcyjności portalu handlowego w porównaniu do konkurencji, przyciągnięcie kupujących i zwiększenie wolumenu sprzedaży na portalu, w związku z czym nadwyżkowe koszty Programu Smart! są w istocie kosztami działalności promocyjnej i powinny być wykazywane jako koszt.

10. Przychody finansowe i koszty finansowe

	01.01–31.12.2022	01.01–31.12.2021
Wycena instrumentów finansowych	—	5 036
Ujemne różnice kursowe netto	6 113	509
Przychody odsetkowe z tytułu lokat i środków na rachunkach bankowych	25 137	3 096
Pozostałe przychody finansowe	2 007	315
Aktualizacja wartości kredytów i pożyczek	—	105 928
Przychody finansowe	33 257	114 884
Odsetki zapłacone i przypadające do zapłaty od zobowiązań finansowych	(528 063)	(156 711)
Wynik z tytułu zabezpieczenia stopy procentowej	140 348	(58 570)
Aktualizacja wartości kredytów i pożyczek	(58 156)	—
Odsetki z tytułu leasingu	(23 314)	(4 982)
Provizja za dostępność kredytu odnawialnego	(5 428)	(3 889)
Pozostałe koszty finansowe	(15 972)	(5 556)
Koszty finansowe	(490 584)	(229 708)
Koszty finansowe netto	(457 327)	(114 824)

Wzrost kosztów odsetkowych wynika z wyższego salda kredytów i pożyczek Grupy, jak również ze wzrostu stopy referencyjnej WIBOR odnotowanego w drugiej połowie 2021 r. oraz w trakcie 2022 r. Spowodowało to wzrost kosztów obsługi zadłużenia Grupy opartego na zmiennej stopie procentowej oraz wzrost wpływów z tytułu rozliczenia kontraktów swap zamieniających zmienną stopę procentową na stopę stałą.

Aktualizacja wyceny kredytów i pożyczek wynika ze wzrostu (w 2021 r.: spadku) wskaźnika dźwigni finansowej Grupy, co w związku z warunkami obowiązującej umowy skutkuje wzrostem (obniżeniem w 2021 r.) marży i wzrostem (spadkiem w okresie porównawczym) wartości bilansowej istniejących

kredytów i pożyczek wycenianych według zamortyzowanego kosztu (więcej informacji przedstawiono w Nocie 20).

Wzrost przychodów finansowych z tytułu odsetek od depozytów wynika z procesu podwyższania głównych stóp referencyjnych przez Narodowy Bank Polski, co przełożyło się na wyższe oprocentowanie depozytów oferowanych przez banki komercyjne.

Pozostałe koszty finansowe za okres dwunastu miesięcy zakończony 31 grudnia 2022 r. obejmowały głównie odsetki naliczone w związku z postępowaniem podatkowym opisanym w Nocie 11.

11. Podatek dochodowy

Podatek dochodowy za dany rok obejmuje podatek bieżący i odroczony. Podatek dochodowy ujmuje się w wyniku finansowym, chyba że dotyczy pozycji ujętych w innych całkowitych dochodach lub bezpośrednio w kapitale własnym. W takich przypadkach podatek również ujmowany jest odpowiednio w innych całkowitych dochodach lub bezpośrednio w kapitale własnym.

W obszarach, w których przepisy podatkowe podlegają interpretacji, kierownictwo okresowo weryfikuje podejście przyjęte do sporządzania deklaracji podatkowych. W uzasadnionych przypadkach tworzone są rezerwy na oczekiwane zobowiązania podatkowe.

Grupa generuje większość dochodów do opodatkowania w Polsce, w związku z czym podlega opodatkowaniu na podstawie polskiej Ustawy o podatku dochodowym od osób prawnych („CIT”), przy czym stopa podatku CIT wynosi 19%. Poniżej przedstawiono stawki podatku CIT obowiązujące w każdym z krajów, w których Grupa posiada podmioty prawne:

Kraj	01.01–31.12.2022	01.01–31.12.2021
Polska	19 00%	19 00%
Luksemburg	24 94%	24 94%
Czechy	19 00%	n/d
Słowenia	19 00%	n/d
Słowacja	21 00%	n/d
Węgry	9 00%	n/d
Chorwacja	18 00%	n/d

11.1. Podatek dochodowy

	01.01–31.12.2022	01.01–31.12.2021
Podatek dochodowy bieżący	(292 755)	(292 964)
Korekty z tytułu podatku bieżącego za poprzednie okresy	(52 620)	(1 363)
(Zwiększenie) / Zmniejszenie stanu rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego	68 033	25 825
Obciążenie z tytułu podatku dochodowego	(277 342)	(268 503)

11.2. Istotne szacunki

W świetle obowiązujących postanowień Ogólnej Klauzuli Zapobiegającej Nadużyciom („GAAR”), która ma zapobiegać powstawaniu i wykorzystywaniu sztucznych struktur prawnych tworzonych w celu uniknięcia zapłaty podatku, Grupa dokonała całościowej analizy sytuacji podatkowej w zakresie identyfikacji i oceny transakcji i operacji, które mogłyby być potencjalnie objęte przepisami GAAR, rozważyła wpływ na podatek odroczony, wartość podatkową aktywów oraz rezerwy na ryzyko podatkowe.

Zdaniem kierownictwa analiza potwierdziła, że kwoty bieżącego i odroczonego podatku dochodowego są ustalone prawidłowo. Niemniej jednak Grupa jest zdania, że nieodłączną cechą przepisów GAAR jest niepewność co do interpretacji przez Grupę przepisów prawa podatkowego, które mogą wpływać na możliwość realizacji aktywów z tytułu podatku odroczonego w przyszłych okresach i skutkować

płatnością dodatkowego naliczonego podatku za okresy przeszłe. Zasady te mają zastosowanie w odniesieniu do podmiotów prowadzących działalność na terenie Polski, Czech, Słowenii i Słowacji.

Organy podatkowe mogą przeprowadzić kontrolę ksiąg rachunkowych i rozliczeń podatkowych w okresie od pięciu do dziesięciu lat (w zależności od jurysdykcji podatkowej i zaistniałych okoliczności) od zakończenia roku, w którym złożono deklaracje podatkowe, obciążyć Grupę dodatkowo naliczonym podatkiem wraz z karami i odsetkami. Grupa przeprowadza całościową analizę swojej sytuacji podatkowej w celu identyfikacji i oceny wszelkich transakcji i operacji, które mogą stanowić ryzyko wynikające z Niepewnej pozycji podatkowej, zgodnie z definicją zawartą w KIMSF 23. Więcej informacji przedstawiono w Nocie 11.6.

11.3. Uzgodnienie obciążenia z tytułu podatku dochodowego do podatku zapłaconego i należnego

	01.01–31.12.2022	01.01–31.12.2021
Zysk z działalności kontynuowanej przed opodatkowaniem	(1 639 454)	1 358 121
Podatek (należny)/podlegający zwrotowi przy zastosowaniu krajowej stawki podatkowej 19%	311 496	(258 043)
Efekt podatkowy na transakcjach, które nie podlegają odliczeniu przy kalkulacji dochodu do opodatkowania:		
Koszty niestanowiące kosztu uzyskania przychodu	(465 610)	(4 903)
Nieujęte aktywo z tytułu podatku odroczonego na stracie podatkowej	(68 444)	(4 146)
Ujęcie podatku odroczonego od strat podatkowych z lat ubiegłych	—	2 833
Wpływ zagranicznych stawek i regulacji podatkowych	(2 164)	(2 881)
Korekty z tytułu podatku bieżącego za poprzednie okresy	(52 620)	(1 363)
Obciążenie z tytułu podatku dochodowego	(277 342)	(268 503)

Koszty niestanowiące kosztów uzyskania przychodu za rok 2022 w kwocie 465 610 PLN obejmują odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości w odniesieniu do wartości firmy, która powstała w wyniku przejęcia Grupy Mall i WE|DO, w kwocie 435 670 PLN.

„Wpływ zagranicznych stawek i regulacji podatkowych” reprezentuje wpływ różnych stawek podatku stosowanych w Polsce i w innych krajach, w których działa Grupa.

11.4. Kwoty ujęte bezpośrednio w innych całkowitych dochodach

Podatek odroczony dotyczący innych całkowitych dochodów ujęty bezpośrednio w innych całkowitych dochodach wyniósł 29 717 PLN w 2022 r. (przychód) i 51 517 PLN w 2021 r. (koszt).

11.5. Straty podatkowe

W 2022 roku Mall poniósł nieujęte straty z tytułu podatku odroczonego w wysokości 65 181 PLN. Na dzień 31 grudnia 2022 r. łączna wartość nieujętych aktywów z tytułu podatku odroczonego od strat podatkowych do wykorzystania w kolejnych latach wynosiła 1 059 587 PLN (większość z nich wygasa stopniowo do 2027 r.). Grupa uznała, że nie jest prawdopodobne, aby Mall osiągnął przyszłe dochody do opodatkowania w okresie, w którym możliwe byłoby wykorzystanie strat podatkowych.

W latach 2022 i 2021 Allegro.eu wykazało nieujęte aktywa z tytułu podatku odroczonego od strat podatkowych w wysokości odpowiednio 124 997 PLN i 113 826 PLN. Te straty prawdopodobnie nie zostaną wykorzystane, ponieważ Jednostka Dominująca nie będzie w przyszłości generowała dochodu do opodatkowania ze względu na fakt, że dochody z dywidend od jednostek zależnych objęte są zwolnieniem od podatku.

W 2021 roku spółka Allegro Pay ujęła składnik aktywów z tytułu podatku odroczonego od straty podatkowej z lat ubiegłych w kwocie 2 834 PLN. W 2021 r. spółka wykorzystwała większość tej kwoty i na dzień 31 grudnia 2022 r. ujęte aktywa z tytułu podatku odroczonego od strat podatkowych do wykorzystania w kolejnych latach wyniosły 458 PLN. W oparciu o przeprowadzoną analizę jednostka doszła do wniosku, że przyszły dochód do opodatkowania będzie wystarczający do wykorzystania straty podatkowej w całości.

11.6. Inne

Nie ujmuje się rezerwy z tytułu podatku odroczonego od różnic przejściowych w wysokości 1 881 699 PLN (2021: 2 363 447 PLN) dotyczących nieprzekazanych zysków jednostek zależnych, ponieważ nieprzekazane zyski nie podlegają opodatkowaniu w momencie ich zapłaty.

W dniu 28 czerwca 2022 r. spółki Allegro i Ceneo otrzymały oficjalne wyniki kontroli podatkowych przeprowadzonych przez Naczelnika Małopolskiego Urzędu Celno-Skarbowego, które dotyczyły rozliczeń podatku dochodowego od osób prawnych („CIT”) tych spółek za okres od 28 lipca 2016 r. do 31 grudnia 2017 r. oraz za rok 2018. Organ podatkowy zakwestionował możliwość odliczenia od podatku opłaty przygotowawczej zapłaconej przez Spółki na rzecz podmiotów powiązanych, ponieważ opłata ta dotyczyła otrzymanego kapitału, jak również zakwestionował wysokość odsetek płaconych przez spółki na rzecz ich udziałowca z tytułu pożyczek wewnątrzgrupowych.

W lipcu 2022 r. organ podatkowy rozpoczął kontrole podatku u źródła za lata obrotowe 2017-2018 w spółkach Allegro i Ceneo, przy czym kontrole te zostały również zakończone wraz z przedstawieniem oficjalnych ustaleń we wrześniu 2022 r. Organ podatkowy zakwestionował dodatkowo brak podatku u źródła od odsetek naliczonych na zasadach innych niż rynkowe, które spółki zapłaciły swojemu właścicielowi z tytułu pożyczek wewnątrzgrupowych.

We wrześniu 2022 r. organ podatkowy rozpoczął kontrole w zakresie podatku CIT za lata obrotowe 2019-2020 w spółkach Allegro i Ceneo, które zakończyły się w styczniu 2023 r. bez oficjalnych ustaleń (tzn. organ podatkowy zaakceptował korekty sporządzone przez spółki).

W styczniu 2023 r. organ podatkowy rozpoczął kontrole w zakresie podatku u źródła za lata obrotowe 2019-2020 w spółkach Allegro i Ceneo, które zakończyły się w lutym 2023 r. bez oficjalnych ustaleń (tzn. organ podatkowy zaakceptował korekty sporządzone przez spółki).

Po dokładnej analizie otrzymanych oficjalnych ustaleń z kontroli podatkowych i przy wsparciu doradcy podatkowego, kierownictwo Grupy zdecydowało się dobrowolnie skorygować swoje zeznania podatkowe za skontrolowane okresy i utworzyło rezerwę na dodatkowe płatności podatku.

W 2022 r. Grupa uregulowała następujące zobowiązania podatkowe wobec organu podatkowego: (i) zobowiązanie z tytułu podatku CIT za lata 2016–2018 poprzez przekazanie podatku w kwocie 22 526 PLN oraz odsetek w kwocie 7 683 PLN; (ii) zobowiązanie z tytułu podatku u źródła wobec organu podatkowego za lata 2016–2018 poprzez przekazanie podatku w kwocie 3 277 PLN oraz odsetek w kwocie 1 339 PLN; (iii) zobowiązanie z tytułu podatku CIT wobec organu podatkowego za lata 2019–2020 poprzez przekazanie podatku w kwocie 8 508 PLN oraz odsetek w kwocie 1 622 PLN.

Ponadto w 2023 r. (przed zatwierdzeniem niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego) Grupa uregulowała zaległe zobowiązanie z tytułu podatku u źródła za lata 2019-2020 poprzez przekazanie podatku w kwocie 3 615 PLN oraz odsetek w kwocie 1 125 PLN.

Obciążenia związane z podatkiem bieżącym za poprzednie okresy oraz podatkiem u źródła są prezentowane w sprawozdaniu z całkowitych dochodów w pozycji dotyczącej podatku dochodowego, natomiast odsetki od tych kar są ujmowane w kosztach finansowych. Nieuregulowane zobowiązanie z tytułu niepewności dotyczącej opodatkowania zgodnie z KIMSF 23 zostało oszacowane z wykorzystaniem wartości oczekiwanej, ponieważ odzwierciedla ona najprawdopodobniejszy rezultat rozstrzygnięcia niepewności. Na dzień 31 grudnia 2022 r. kwota rezerwy wynosi 22 852 PLN, w tym 3 066 PLN z tytułu bieżącego podatku za poprzednie okresy, 15 145 PLN z tytułu podatku u źródła oraz 4 641 PLN z tytułu odsetek prezentowanych w kosztach finansowych. Rezerwa ta jest prezentowana w ramach zobowiązań z tytułu podatku dochodowego.

Grupa nie zidentyfikowała żadnych innych transakcji i operacji, które mogą stanowić ryzyko z tytułu niepewnej pozycji podatkowej, co mogłoby wymagać utworzenia zobowiązania podatkowego lub skorygowania salda podatku odroczonego. Grupa nie może jednak wykluczyć ryzyka, że organy podatkowe zastosują inne podejście niż to przyjęte przez Grupę, co może mieć negatywny wpływ na działalność Grupy.

12. Zysk przypadający na jedną akcję

W tej Nocie kwoty zostały wyrażone w PLN, a nie w tysiącach PLN.

Podstawowy i rozwodniony zysk przypadający na jedną akcję za lata zakończone 31 grudnia 2022 roku i 31 grudnia 2021 roku wyniósł:

	01.01–31.12.2022	01.01–31.12.2021
Zysk netto przypadający na akcjonariuszy Jednostki Dominującej	(1 916 795 640)	1 089 618 366
Zysk/(strata) dla posiadaczy akcji zwykłych	(1 916 795 640)	1 089 618 366
Średnia liczba akcji zwykłych	1 051 061 575	1 023 593 977
Zysk/(strata) na jedną akcję zwykłą (podstawowa)	(1 82)	1 06
Wpływ rozwodnienia liczby akcji zwykłych ^[1]	—	221 093
Liczba akcji zwykłych wykazana dla celów wyliczenia rozwodnionego zysku na jedną akcję ^[1]	—	1 023 815 070
Zysk/(strata) na jedną akcję zwykłą (rozwodniona)	(1 82)	1 06

[1] w 2022 r. potencjalny wpływ instrumentów rozwodniających wyniósłby 1 344 858, jednakże w 2022 r. nie mają one wpływu rozwodniającego ze względu na fakt, że Grupa wygenerowała stratę, a więc instrumenty te zmniejszyłyby stratę przypadającą na jedną akcję

Podstawowy zysk na jedną akcję obliczany jest poprzez podzielenie zysku netto, przypadającego na posiadaczy akcji zwykłych Jednostki Dominującej przez średnią ważoną liczbę akcji zwykłych.

W analogicznym okresie roku poprzedniego liczba akcji zwykłych wyemitowanych przez Jednostkę Dominującą wynosiła 1 023 255 814, przy czym dla celów wyliczenia zysku przypadającego na jedną akcję została ona powiększona o 589 956 akcji przyznanych pracownikom w związku z IPO Grupy, do których prawa zostały w pełni nabyte. Średnia

liczba akcji zwykłych zastosowana do obliczenia podstawowego zysku przypadającego na jedną akcję wynosiła 1 023 593 977.

Od 30 września 2021 r. jednostka Adinan Super Topco Employee Benefit Trust („EBT”) jest konsolidowana w Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym Grupy. 1 399 853 akcje zwykłe będące początkowo w posiadaniu tej jednostki zostały zaklasyfikowane jako Akcje Własne i odjęte od średniej liczby akcji zwykłych, przyjętej dla celów obliczenia zysku przypadającego na jedną akcję.

W dniu 7 października 2021 r. 589 024 Akcji Własnych zostało przekazanych pracownikom, którym przyznano akcje zwykłe z okazji IPO Grupy. W Grupie pozostało 810 829 Akcji Własnych będących w posiadaniu EBT na dzień 31 grudnia 2021 r.

W trakcie 2022 r. kolejne 336 913 Akcji Własnych zostało przekazanych pracownikom, w dniu nabycia uprawnień do pierwszej transzy jednostek RSU przyznanych w ramach programu Allegro Incentive Program.

Liczba akcji zwykłych zastosowana do obliczenia podstawowego zysku przypadającego na jedną akcję obejmuje również 33 649 039 akcji zwykłych wyemitowanych 1 kwietnia 2022 r., stanowiących element wynagrodzenia w akcjach przyznanych sprzedającym akcjonariuszom Grupy Mall, zgodnie z opisem w Nocie 5.

Po uwzględnieniu powyższych transakcji na dzień 31 grudnia 2022 r. liczba wyemitowanych akcji zwykłych Jednostki Dominującej wynosiła 1 056 391 739 sztuk. Średnia liczba akcji zwykłych zastosowana do obliczenia podstawowego zysku przypadającego na jedną akcję wynosiła 1 051 061 575.

Pozycja rozwodniająca zaprezentowana w powyższej tabeli dotyczy jednostek RSU przyznanych w ramach programu AIP. Jednostki RSU są traktowane jako płatności w formie akcji niezależne od wyników i są uwzględniane przy obliczaniu rozwodnionego zysku na jedną akcję, jeżeli mają efekt rozwodniający (tzn. akcje zostaną wyemitowane bez wynagrodzenia). Jednostki RSU mają wpływ rozwodniający na kalkulację zysku na akcję, ponieważ, zgodnie z oczekiwaniami, prowadzą do emisji akcji zwykłych po cenie niższej niż średnia cena rynkowa akcji zwykłych w okresie nabywania uprawnień.

Jednostki PSU są oparte o wyniki, dlatego są traktowane jako akcje emitowane warunkowo. Obliczenie rozwodnionego zysku na jedną akcję obejmuje te akcje, które zostałyby wyemitowane zgodnie z warunkami zdarzenia warunkowego, na podstawie aktualnego stanu realizacji warunków, tak jakby koniec okresu sprawozdawczego był końcem okresu zdarzenia warunkowego. Wariant PSU w ramach programu AIP mógłby mieć warunkowy efekt rozwodniający przy kalkulacji zysku na akcję za okres zakończony 31 grudnia 2022 r., gdyby nie zmniejszyła on kwoty straty na jedną akcję. Uznano, że efekt rozwodniający wystąpił, ponieważ został spełniony jeden warunek dotyczący realizacji określonych wyników, wymagany do wydania akcji uczestnikom programu.

NOTY DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA Z SYTUACJI FINANSOWEJ

13. Wartości niematerialne i prawne

WARTOŚĆ FIRMY

Wartość firmy powstaje w związku z nabyciem jednostek gospodarczych. Wartość firmy nie podlega amortyzacji, lecz corocznie jest testowana pod kątem możliwej utraty wartości, lub części, jeżeli występują przesłanki utraty wartości. W celu przeprowadzenia testu na utratę wartości, wartość firmy jest alokowana do ośrodków wypracowujących środki pieniężne, które według oczekiwań będą czerpać korzyści z synergii wynikających z połączenia jednostek gospodarczych. Odpis z tytułu utraty wartości jest ujmowany, gdy wartość bilansowa ośrodka wypracowującego środki pieniężne, do którego została przypisana wartość firmy, jest wyższa od jej wartości odzyskiwalnej. Wartość odzyskiwalna odpowiada wartości użytkowej lub wartości godziwej pomniejszonej o koszty sprzedaży, zależnie od tego, która z nich jest wyższa (więcej informacji przedstawiono w Nocie 29.1).

Domena	Data nabycia	Szacowany okres ekonomicznej użyteczności
allegro.pl	18 stycznia 2017 r.	15 lat
ceneo.pl	18 stycznia 2017 r.	15 lat
eBilet	19 kwietnia 2019 r.	15 lat
Mall	1 kwietnia 2022 r.	3 lata
Mimovrste	1 kwietnia 2022 r.	3 lata
WE DO	1 kwietnia 2022 r.	3 lata
CZC.CZ	1 kwietnia 2022 r.	10 lat

LICENCJE, OPROGRAMOWANIE I PRAWA AUTORSKIE

Odrębnie nabyte licencje ujmuje się początkowo po koszcie. Licencje nabyte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych ujmuje się w wartości godziwej w dniu nabycia. Licencje mają ograniczony okres ekonomicznej użyteczności – od 2 do 5 lat.

W wyniku połączeń jednostek gospodarczych Grupa nabyła różne domeny internetowe i oprogramowanie. Na dzień 31 grudnia 2022 r. Grupa posiadała następujące wartości niematerialne i prawne o następujących okresach użytkowania (liczonych od daty przejęcia):

Oprogramowanie	Data nabycia	Szacowany okres ekonomicznej użyteczności
Platforma Allegro	18 stycznia 2017 r.	10 lat
Platforma Ceneo	18 stycznia 2017 r.	10 lat
eBilet	19 kwietnia 2019 r.	15 lat
Opennet	27 października 2020 r.	15 lat
XPC	8 października 2021 r.	2 lata
Mall	1 kwietnia 2022 r.	5 lat
CZC.CZ	1 kwietnia 2022 r.	5 lat

ZNAKI TOWAROWE

Znaki towarowe wyceniane są według kosztu historycznego (lub w początkowej wartości godziwej) pomniejszonego o amortyzację i odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości. Amortyzację nalicza się metodą liniową w celu rozłożenia kosztu na szacowany okres ekonomicznej użyteczności.

Znaki towarowe powstałe w wyniku połączenia jednostek gospodarczych są wyceniane początkowo w wartości godziwej przy zastosowaniu metody hipotetycznych opłat licencyjnych (ang. Royalty Relief Method). Znaki towarowe wyceniane są według kosztu historycznego (lub w początkowej wartości godziwej) pomniejszonego o amortyzację i odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości. Znaki towarowe amortyzowane są metodą liniową w szacowanym okresie ich ekonomicznej użyteczności. Na dzień 31 grudnia 2022 r. Grupa posiadała następujące wartości niematerialne i prawne o następujących okresach użytkowania:

Znak towarowy	Data nabycia	Szacowany okres ekonomicznej użyteczności
Allegro	18 stycznia 2017 r.	10 lat
Ceneo	18 stycznia 2017 r.	10 lat
eBilet	19 kwietnia 2019 r.	15 lat
Opennet	27 października 2020 r.	15 lat
Mall	1 kwietnia 2022 r.	3 lata
Mimovrste	1 kwietnia 2022 r.	3 lata
WE DO	1 kwietnia 2022 r.	3 lata
CZC.CZ	1 kwietnia 2022 r.	10 lat

RELACJE Z KLIENTAMI

Relacje z klientami powstałe w wyniku połączenia jednostek gospodarczych są wyceniane początkowo w wartości godziwej wg metody wielookresowej nadwyżki dochodów (ang. Multi-Period Excess Earnings, MPEE), a ich wartość bilansowa jest następnie pomniejszana przez odpisy amortyzacyjne. Relacje z klientami amortyzowane są metodą liniową. Na dzień 31 grudnia 2022 r. Grupa posiadała następujące wartości niematerialne i prawne o następujących okresach użytkowania:

Relacje z klientami	Data nabycia	Szacowany okres ekonomicznej użyteczności
Allegro	18 stycznia 2017 r.	20 lat
Ceneo	18 stycznia 2017 r.	20 lat
eBilet	19 kwietnia 2019 r.	15 lat
Opennet	27 października 2020 r.	15 lat
Mall	1 kwietnia 2022 r.	20 lat
Mimovrste	1 kwietnia 2022 r.	20 lat

KOSZTY PRAC BADAWCZO-ROZWOJOWYCH

Grupa nie posiada departamentu badań i rozwoju, lecz prowadzi prace o charakterze badawczo-rozwojowym. Grupa rozwija swoją platformę i realizuje nowe projekty, których celem jest zaspokajanie potrzeb swoich kupujących i sprzedających. Nakłady rozwojowe, które spełniają kryteria kapitalizacji, ujmowane są jako wartości niematerialne i prawne. Nakłady rozwojowe, które nie spełniają kryteriów kapitalizacji, ujmowane są jako składnik kosztów pracowniczych. Koszty prac rozwojowych ujęte jako koszt nie są ujmowane jako składnik aktywów w kolejnym okresie. Grupa nie jest w stanie oszacować wartości nakładów na prace badawczo-rozwojowe ujmowanych w rachunku zysków i strat, ponieważ śledzenie kosztów rozpoczyna się po formalnej akceptacji konkretnego projektu.

Prace badawczo-rozwojowe są praktycznym zastosowaniem odkryć badawczych lub też innych osiągnięć w planowaniu lub projektowaniu produkcji nowych lub znacznie udoskonalonych materiałów, urządzeń, produktów, procesów technologicznych, systemów lub usług. Koszty prac badawczo-rozwojowych w Grupie to koszty działu technologii związane z wytwarzaniem nowych lub znaczących ulepszeń istniejących funkcjonalności, poniesione przed podjęciem produkcji lub zastosowaniem seryjnym danej technologii.

Wartość prac badawczo-rozwojowych wyceniana jest w koszcie wytworzenia, w oparciu o poniesione nakłady, które obejmują w szczególności koszty pracownicze wraz z powiązаныmi narzutami w od-

niesieniu do pracowników zaangażowanych w dany projekt, koszty osób współpracujących, koszty usług obcych oraz inne koszty projektu.

Zakończenie danego projektu dokumentowane jest protokołem odbioru a następnie ujmowane w wartościach niematerialnych i prawnych Grupy i amortyzowane liniowo przez okres 4-7 lat. Prace rozwojowe zakończone niepowodzeniem odpisywane są w koszty jednorazowo w momencie podjęcia decyzji o zakończeniu danego projektu.

Oprogramowanie w fazie rozwoju jest corocznie testowane pod kątem utraty wartości. Na koniec 2022 r. i na koniec 2021 r. nie ujęto żadnych istotnych odpisów z tytułu utraty wartości.

W okresie dwunastu miesięcy zakończonym 31 grudnia 2022 r. spółka rozpoznała 8 808 PLN odpisu z tytułu utraty wartości oprogramowania w fazie rozwoju (2021: brak odpisu).

UTRATA WARTOŚCI AKTYWÓW NIEFINANSOWYCH

Aktywa o nieokreślonym okresie ekonomicznej użyteczności oraz wartość firmy nie podlegają amortyzacji. Przeprowadza się natomiast co roku testy pod kątem utraty wartości. Aktywa podlegające amortyzacji analizuje się pod kątem utraty wartości, ilekroć pewne zdarzenia lub zmiany okoliczności wskazują na możliwość, że ich wartość bilansowa nie jest możliwa do odzyskania. Odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości ujmują się w wysokości nadwyżki wartości bilansowej składnika aktywów nad jego wartością odzyskiwalną. Wartość odzyskiwalna odpowiada wartości użytkowej lub wartości godziwej pomniejszonej o koszty sprzedaży, zależnie od tego, która z nich jest wyższa. Dla potrzeb analizy pod kątem utraty wartości, aktywa grupuje się na najniższym poziomie, dla którego występują możliwe do zidentyfikowania odrębne wpływy pieniężne (ośrodki wypracowujące środki pieniężne).

Aktywa niefinansowe inne niż wartość firmy, w przypadkach w których nastąpiła utrata wartości, podlegają weryfikacji w celu ustalenia, czy wystąpiły przesłanki do rozwiązania odpisu z tytułu utraty wartości na każdy dzień kończący okres sprawozdawczy.

W dniu 30 września 2022 r. Grupa ujęła odpis z tytułu utraty wartości w wysokości 2 293 000, który w całości odnosi się do wartości firmy powstałej w wyniku transakcji przejęcia Grupy Mall i WE|DO (więcej szczegółowych informacji przedstawiono w Nocie 29).

Stan na 01.01.2022	Wartość firmy	Relacje z klientami	Znaki towarowe i inne prawa	Oprogramowanie komputerowe i licencje	Koszty rozwoju oprogramowania	Oprogramowanie w fazie rozwoju	Inne	Razem
Wartość brutto	8 669 569	2 912 512	1 513 562	1 053 824	451 207	142 317	51 727	14 794 718
Umorzenie i utrata wartości	—	(712 467)	(488 800)	(520 976)	(140 834)	—	(32 043)	(1 895 120)
Wartość księgowa netto	8 669 569	2 200 045	1 024 762	532 848	310 373	142 317	19 684	12 899 598
Rok zakończony 31.12.2022								
Wartość księgowa netto na początek okresu	8 669 569	2 200 045	1 024 762	532 848	310 373	142 317	19 684	12 899 598
Zwiększenia	—	—	4 228	38 951	—	322 984	21 126	387 289
Zwiększenia wynikające z połączenia jednostek gospodarczych	2 286 138	1 207 128	284 802	260 923	—	9 579	453	4 049 023
Zmniejszenia	—	—	—	(38)	—	—	(19)	(57)
Przeniesienie z prac rozwojowych	—	—	—	5 823	288 408	(292 444)	(1 788)	—
Reklasyfikacja – wartość brutto	—	—	1 006	—	—	—	(1 006)	—
Różnice kursowe – kwota brutto	87 491	22 800	5 379	5 326	—	168	12	121 176
Inne zmiany	—	—	—	(5 474)	14 117	2 447	2 514	13 604
Odpis aktualizujący z tytułu utraty wartości	(2 293 000)	—	—	—	—	(8 808)	—	(2 301 808)
Amortyzacja	—	(191 610)	(155 799)	(132 761)	(119 721)	—	(32 108)	(631 999)
Różnice kursowe – umorzenie	—	(546)	(650)	(318)	—	—	(204)	(1 718)
Przeklasyfikowanie – amortyzacja	—	—	(17)	—	—	—	17	—
Inne zmiany	—	(1 657)	(702)	(2 641)	(7 515)	—	(153)	(12 668)
Wartość księgowa netto na koniec okresu	8 750 198	3 236 160	1 163 010	702 640	485 661	176 244	8 528	14 522 441
Stan na 31.12.2022								
Wartość brutto	11 043 198	4 142 440	1 808 978	1 359 335	753 732	185 052	73 019	19 365 754
Umorzenie i utrata wartości	(2 293 000)	(906 280)	(645 967)	(656 695)	(268 071)	(8 808)	(64 492)	(4 843 313)
Wartość księgowa netto	8 750 198	3 236 160	1 163 010	702 640	485 661	176 244	8 528	14 522 441

Stan na 01.01.2021	Wartość firmy	Relacje z klientami	Znaki towarowe i inne prawa	Oprogramowanie komputerowe i licencje	Koszty rozwoju oprogramowania	Oprogramowanie w fazie rozwoju	Inne	Razem
Wartość brutto	8 639 249	2 912 512	1 513 562	1 041 990	255 482	108 985	34 190	14 505 970
Umorzenie i utrata wartości	—	(568 067)	(388 096)	(411 181)	(69 639)	—	(22 714)	(1 459 697)
Wartość księgowa netto	8 639 249	2 344 445	1 125 466	630 809	185 843	108 985	11 476	13 046 273
Rok zakończony 31.12.2021								
Wartość księgowa netto na początek okresu	8 639 249	2 344 445	1 125 466	630 809	185 843	108 985	11 476	13 046 273
Zwiększenia	—	—	—	10 049	—	229 057	18 724	257 830
Zwiększenia wynikające z połączenia jednostek gospodarczych	30 320	—	—	531	—	—	67	30 917
Przeniesienie z prac rozwojowych	—	—	—	1 254	195 725	(195 725)	(1 254)	—
Amortyzacja	—	(144 400)	(100 704)	(109 795)	(71 195)	—	(9 329)	(435 423)
Wartość księgowa netto na koniec okresu	8 669 569	2 200 045	1 024 762	532 848	310 373	142 317	19 684	12 899 598
Stan na 31.12.2021								
Wartość brutto	8 669 569	2 912 512	1 513 562	1 053 824	451 207	142 317	51 727	14 794 718
Umorzenie i utrata wartości	—	(712 467)	(488 800)	(520 976)	(140 834)	—	(32 043)	(1 895 120)
Wartość księgowa netto	8 669 569	2 200 045	1 024 762	532 848	310 373	142 317	19 684	12 899 598

W prezentowanych okresach Grupa nie kapitalizowała żadnych kosztów odsetkowych ani różnic kursowych.

14. Rzeczowe aktywa trwałe

Rzeczowe aktywa trwałe wykazywane są według kosztu historycznego pomniejszonego o umorzenie i odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości. Koszt historyczny uwzględnia wydatki bezpośrednio związane z nabyciem danych aktywów. Amortyzację rzeczowych aktywów trwałych nalicza się metodą liniową w celu rozłożenia ich wartości początkowej, pomniejszonej o oczekiwaną wartość końcową, na

okresy ich ekonomicznej użyteczności, które dla poszczególnych grup rzeczowych aktywów trwałych wynoszą:

- Budynki i budowle 10 lat
- Systemy i sprzęt sieciowy 4-10 lat
- Wyposażenie magazynów 2-10 lat
- Automaty paczkowe 10 lat
- Grunty 5 lat
- Środki transportu 5-7 lat
- Pozostałe 5 lat

Na koniec każdego okresu sprawozdawczego dokonuje się weryfikacji wartości końcowej i okresów ekonomicznej użyteczności rzeczowych aktywów trwałych, a w razie potrzeby dokonuje się ich korekty. Zyski lub straty wynikające ze zbycia rzeczowych aktywów trwałych określa się porównując wpływy z wartościami księgowymi i ujmuje się w pozostałych przychodach lub kosztach operacyjnych. W bieżącym roku nie wystąpiły istotne zmiany.

Aktywa z tytułu prawa do użytkowania amortyzowane są przez szacowany okres umowy leasingu. Szczegółowe informacje dotyczące prezentacji aktywów z tytułu prawa do użytkowania przedstawiono w Nocie 21.

Stan na 31.12.2022	Budynki	Komputery i wyposażenie biur	Wyposażenie magazynów	Automaty paczkowe	Grunt	Inne środki trwałe	Środki trwałe w budowie	Razem
Wartość brutto	325 334	246 788	—	70 065	—	1 638	72 182	716 007
Umorzenie	(139 491)	(129 954)	—	(1 649)	—	(756)	(348)	(272 198)
Wartość księgowa netto	185 843	116 834	—	68 416	—	882	71 834	443 809
Rok zakończony 31.12.2022								
Wartość księgowa netto na początek okresu	185 843	116 834	—	68 416	—	882	71 836	443 809
Zwiększenia	357 055	85 784	47 333	94 663	48 109	4 461	42 083	679 490
Zwiększenia wynikające z połączenia jednostek gospodarczych	155 876	57 949	—	—	—	82 544	21 856	318 225
Zbycie – wartość księgowa brutto	(57 106)	(17 137)	(434)	(566)	(230)	(197)	—	(75 670)
Przyjęcia ze środków trwałych w budowie	24 089	27 190	6 175	37 804	—	1 415	(96 672)	—
Modyfikacja umowy leasingowej	(5 314)	—	—	—	592	381	—	(4 342)
Zachęty leasingowe	(17 022)	—	—	—	—	—	—	(17 022)
Różnice kursowe – kwota brutto	3 027	59	—	—	—	1 247	196	4 530
Odpis aktualizujący z tytułu utraty wartości	(3 153)	(3 727)	—	—	—	(1 983)	—	(8 863)
Amortyzacja	(131 144)	(68 757)	(3 579)	(10 259)	(10 944)	(15 291)	(19)	(239 993)
Amortyzacja zbytych aktywów	54 377	16 078	9	10	30	182	—	70 686
Różnice kursowe – amortyzacja i odpisy z tytułu utraty wartości	(465)	(1 130)	—	—	—	(381)	2	(1 974)
Reklasyfikacja – wartość brutto	—	(11 397)	11 397	(28 260)	28 260	—	—	—
Reklasyfikacja – amortyzacja	—	3 729	(3 729)	1 509	(1 509)	—	—	—
Wartość księgowa netto na koniec okresu	566 063	205 475	57 172	163 317	64 308	73 260	39 283	1 168 877
Stan na 31.12.2022								
Wartość brutto	782 786	385 509	64 471	173 706	76 732	89 507	39 646	1 612 356
Umorzenie i odpisy z tytułu utraty wartości	(216 722)	(180 034)	(7 299)	(10 389)	(12 423)	(16 246)	(365)	(443 479)
Wartość księgowa netto	566 063	205 475	57 172	163 317	64 308	73 260	39 281	1 168 877

Stan na 31.12.2021	Budynki	Komputery i wyposażenie biur	Wyposażenie magazynów	Automaty paczkowe	Grunt	Inne środki trwałe	Środki trwałe w budowie	Razem
Wartość brutto	167 717	172 569	—	—	—	788	5 414	346 488
Umorzenie	(101 486)	(93 675)	—	—	—	(507)	—	(195 668)
Wartość księgowa netto	66 231	78 894	—	—	—	281	5 414	150 820
Rok zakończony 31.12.2021								
Wartość księgowa netto na początek okresu	66 231	78 894	—	—	—	281	5 414	150 820
Zwiększenia	143 221	82 787	—	70 123	—	600	69 602	366 333
Zwiększenia wynikające z połączenia jednostek gospodarczych	727	—	—	—	—	263	—	990
Zbycie – wartość księgowa brutto	—	(9 040)	—	(58)	—	(13)	—	(9 111)
Przyjęcia ze środków trwałych w budowie	2 361	473	—	—	—	—	(2 834)	—
Modyfikacja umowy leasingowej	11 308	—	—	—	—	—	—	11 308
Amortyzacja	(38 353)	(45 109)	—	(1 649)	—	(260)	—	(85 371)
Amortyzacja zbytych aktywów	—	8 829	—	—	—	11	—	8 840
Reklasyfikacja – wartość brutto	348	—	—	—	—	—	(348)	—
Wartość księgowa netto na koniec okresu	185 843	116 834	—	68 416	—	882	71 834	443 809
Stan na 31.12.2021								
Wartość brutto	325 334	246 788	—	70 065	—	1 638	72 182	716 007
Umorzenie i odpisy z tytułu utraty wartości	(139 491)	(129 954)	—	(1 649)	—	(756)	(348)	(272 198)
Wartość księgowa netto	185 843	116 834	—	68 416	—	882	71 834	443 809

W 2021 roku Grupa uruchomiła nową inicjatywę mającą na celu poprawę doświadczenia klientów w zakresie dostaw i rozpoczęła budowę własnej sieci automatów paczkowych („automaty paczkowe”, „APM”).

15. Zapasy

Wartość zapasów Grupy była następująca:

	31.12.2022	31.12.2021
Towary	513 698	49 495
Materiały	4 162	157
Odpis aktualizujący wartość towarów wolno rotujących	(21 240)	(5 657)
Razem	496 620	43 995

Znaczny wzrost salda zapasów wynika z przejęcia Grupy Mall, zgodnie z opisem przedstawionym w Nocie 5. Grupa Mall jest wiodącą platformą e-commerce działającą głównie w modelu detalicznym („1P”), dlatego też towary handlowe stanowią istotny element działalności Grupy Mall.

15.1 Przypisanie kosztów do zapasów

Towary są kupowane w celu odsprzedaży poprzez własny sklep Grupy funkcjonujący na platformach handlowych (zob. polityka ujmowania przychodów w Nocie 9.1).

Towary i materiały są wyceniane według kosztu wytworzenia i możliwej do uzyskania ceny sprzedaży netto, w zależności od tego, która z tych wartości jest niższa. Zapasy ustala się z zastosowaniem metody „pierwsze weszło – pierwsze wyszło” („FIFO”). Koszt zakupionych zapasów ustalany jest po odjęciu rabatów i upustów. Wartość ceny sprzedaży netto możliwej do uzyskania to szacunkowa cena sprzedaży w toku zwykłej działalności gospodarczej pomniejszona o szacunkowe koszty niezbędne do doprowadzenia sprzedaży do skutku.

15.2 Kwoty ujęte w wyniku finansowym

W bieżącym okresie sprawozdawczym Grupa dokonała odpisu aktualizującego wartość zapasów w kwocie 15 583 PLN (2021 r.: 870 PLN).

16. Należności handlowe oraz pozostałe należności

Wartość należności handlowych oraz pozostałych należności Grupy była następująca:

	31.12.2022	31.12.2021
Należności handlowe, brutto	1 216 591	847 924
Utrata wartości należności handlowych	(116 942)	(95 461)
Należności handlowe, netto	1 099 649	752 463
Pozostałe należności	127 703	52 561
Należności z tytułu VAT	12 601	13 804
Należności z tytułu podatku	88 321	—
Razem	1 328 274	818 828

Na należności Grupy składają się należności od osób fizycznych oraz przedsiębiorstw, przy czym należności te charakteryzują się niską koncentracją. Ponad 80% salda należności handlowych i pozostałych należności Grupy jest płatne w złotych polskich, a pozostała część obejmuje należności denominowane głównie w koronach czeskich lub euro.

16.1 Klasyfikacja należności handlowych

Należności handlowe to kwoty należne od klientów z tytułu sprzedanych towarów lub usług wykonanych w toku zwykłej działalności Grupy. Zazwyczaj są one wymagalne w terminie 14 dni. Należności handlowe ujmuje się początkowo w kwocie wymaganej bezwarunkowej zapłaty. Grupa ujmuje należności handlowe w celu realizacji przepływów pieniężnych wynikających z umów z klientami, a następnie wycenia je według zamortyzowanego kosztu z zastosowaniem metody efektywnej stopy procentowej. Szczegółowe informacje o polityce Grupy w zakresie utraty wartości i wyliczania odpisów aktualizujących przedstawiono w Nocie 30.2 Ryzyko kredytowe.

16.2 Klasyfikacja pozostałych należności

Kwoty te wynikają z transakcji zawieranych poza zwykłą działalnością operacyjną Grupy (dotyczą głównie należności od operatorów płatności). Jeżeli terminy płatności przekraczają sześć miesięcy, to naliczane są odsetki według stawek komercyjnych.

16.3 Klasyfikacja należności z tytułu podatku

Należności z tytułu podatku to kwoty ujmowane w oparciu o mechanizm płatności i zwrotu, który wszedł w życie 1 stycznia 2022 roku. Allegro i Ceneo dokonują ubruttowienia podatku u źródła od swoich płatności odsetkowych i przekazują ten podatek do organów podatkowych. Grupa ujęła należność w kwocie 88 321 PLN, ponieważ zamierza wystąpić o zwrot tego podatku i stoi na stanowisku, że spełnione są wszystkie ustawowe warunki pozwalające na zwolnienie z podatku u źródła.

16.4 Wartość godziwa należności handlowych oraz pozostałych należności

Z uwagi na krótkoterminowy charakter należności handlowych oraz pozostałych należności, uznaje się, że ich wartość godziwa jest taka sama jak ich wartość bilansowa.

16.5 Utrata wartości i ekspozycja na ryzyko

Informacje na temat utraty wartości oraz ekspozycji na ryzyko kredytowe i ryzyko stopy procentowej przedstawione są w Nocie 30. Zgodnie z przyjętą przez Grupę polityką rachunkowości, na dzień bilansowy należności pozostające do spłaty pomniejszane są o utworzone odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości. Odpis aktualizujący należności został ujęty jako część odpisu na nieściągalne należności w sprawozdaniu z całkowitych dochodów. W porównaniu z rokiem poprzednim, rezerwa na utratę wartości wzrosła o 21 481 PLN w roku zakończonym 31 grudnia 2022 r. oraz o 95 461 PLN w roku zakończonym 31 grudnia 2021.

17. Przedpłaty

Wartość rozliczeń międzyokresowych czynnych Grupy była następująca:

	31.12.2022	31.12.2021
Rzeczowe aktywa trwałe	—	11 258
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe czynne	—	11 258
Licencje	27 823	19 540
Ubezpieczenia	12 245	14 158
Wsparcie techniczne	5 368	6 104
Usługi dostawy	12 985	6 713
Depozyty leasingowe	1 291	—
Inne	10 017	7 553
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe czynne	69 729	54 068
Rozliczenia międzyokresowe czynne razem	69 729	65 326

Rozliczenia międzyokresowe czynne ujmuje się w momencie poniesienia przez podmiot kosztów przed okresem, którego te koszty dotyczą lub przed uzyskaniem kontroli nad składnikiem aktywów. Rozliczenia międzyokresowe czynne ustalane są w kwocie przypadającej na kolejne okresy sprawozdawcze lub w kwocie zaliczki za składnik aktywów.

18. Pożyczki konsumenckie

Pożyczki konsumenckie to pożyczki udzielane kupującym na platformie Allegro. Pożyczki udzielane są na okres 30 dni, bez odsetek, a pożyczki ratalne na okres od 5 do 20 miesięcy, z roczną stopą procentową, która wzrosła z 10,5% na dzień 31 grudnia 2021 r. do 20,5% na dzień 31 grudnia 2022 r. Dodatkowo abonenci Smart! mogą zaciągnąć 3-miesięczną pożyczkę ratalną z zerowym oprocentowaniem.

Wszystkie pożyczki udzielane są na terytorium Polski w polskich złotych (PLN).

KLASYFIKACJA POŻYCZEK KONSUMENCKICH

W momencie początkowego ujęcia pożyczki są wyceniane w wartości godziwej.

Grupa klasyfikuje aktywa finansowe do jednej z poniższych kategorii:

- **wyceniane według zamortyzowanego kosztu w modelu „utrzymywanie dla przepływów pieniężnych”**, w którym aktywa finansowe powstałe lub nabyte utrzymywane są do terminu wymagalności w celu pozyskania umownych przepływów pieniężnych, gdzie te przepływy pieniężne reprezentują wyłącznie spłatę kapitału i odsetek („SPPI”);
- **wyceniane w wartości godziwej przez inne całkowite dochody dla modelu „utrzymywanie dla przepływów pieniężnych i sprzedaży”**, w którym aktywa finansowe powstałe lub nabyte utrzymywane są do terminu wymagalności w celu pozyskania umownych przepływów pieniężnych, gdzie te przepływy pieniężne reprezentują wyłącznie spłatę kapitału i odsetek („SPPI”), ale mogą także zostać sprzedane;

- **wyceniane w wartości godziwej przez wynik finansowy** w modelu przepływów pieniężnych innym niż „utrzymywanie dla przepływów pieniężnych” czy „utrzymywanie dla przepływów pieniężnych i sprzedaży”.

Grupa posiada pożyczki zaklasyfikowane jako „wyceniane według zamortyzowanego kosztu” oraz pożyczki zaklasyfikowane jako „wyceniane w wartości godziwej przez wynik finansowy”.

Pożyczki konsumenckie ujmowane są według zamortyzowanego kosztu, po pomniejszeniu o odpisy aktualizujące, i wyliczone zgodnie z zasadami rachunkowości Grupy. Oczekiwane straty kredytowe ustalane są na podstawie szeregu czynników, w tym w szczególności na bazie doświadczeń historycznych oraz aktualnego wiekowania pożyczek.

Grupa regularnie i szczegółowo monitoruje jakość kredytową wszystkich pożyczek konsumenckich. Grupa wdrożyła opracowany wewnętrznie model ryzyka pomagający przewidzieć zdolność kupującego do spłaty zobowiązania w celu prawidłowego określenia oczekiwanych strat kredytowych.

ZMIANA MODELU BIZNESOWEGO

W trzecim kwartale 2021 roku Grupa zawarła z Aion Bank S.A. („Aion”, „Aion Bank”) umowę sprzedaży pożyczek konsumenckich, na podstawie której w grudniu 2021 r. została zrealizowana pierwsza transakcja. W wyniku tego ryzyko, korzyści i kontrola zostały przeniesione na partnera finansującego, a pożyczki konsumenckie zostały wyksięgowane.

Ponieważ w czwartym kwartale 2021 r. zmienił się model biznesowy dla części pożyczek, Grupa doszła do wniosku, że zmiana modelu biznesowego skutkuje przeklasyfikowaniem części pożyczek konsumenckich z modelu „utrzymywane dla przepływów pieniężnych”, w ramach którego są one wyceniane według zamortyzowanego kosztu, do modelu „pozostałe”, w ramach którego są one wyceniane w wartości godziwej przez rachunek zysków i strat

(„FVTPL”). Zgodnie z MSSF 9 data przeklasyfikowania jest zdefiniowana jako „pierwszy dzień pierwszego okresu sprawozdawczego po zmianie modelu biznesowego”, czyli 1 stycznia 2022 r.

W wyniku zmiany tego modelu biznesowego różnica między wartością godziwą a zamortyzowanym kosztem na zakończenie okresu została ujęta w rachunku zysków i strat jako część pozostałych przychodów na dzień przeklasyfikowania.

W związku ze zmianą modelu biznesowego wszystkie pożyczki ratalne, których dotyczy zamiar sprzedaży, zostały przeklasyfikowane z kategorii wyceny według zamortyzowanego kosztu do kategorii FVTPL. Na dzień 31 grudnia 2022 r. jedynymi pożyczkami, które w dalszym ciągu będą wyceniane według zamortyzowanego kosztu, są pożyczki typu „Zapłać później” – 30 dni bez odsetek.

W grudniu 2022 r. Grupa dokonała ponownej oceny celów biznesowych w zakresie 30-dniowych pożyczek konsumenckich „Zapłać później” i zawarła transakcję sprzedaży z Aion Bank. W rezultacie instrumenty te zostaną przeklasyfikowane z modelu „utrzymywane dla przepływów pieniężnych”, w ramach którego są one wyceniane według zamortyzowanego kosztu, do modelu „pozostałe”, w ramach którego są one wyceniane w wartości godziwej przez rachunek zysków i strat w pierwszym dniu pierwszego okresu sprawozdawczego po zmianie modelu biznesowego, który przypada na 1 stycznia 2023 r.

UTRATA WARTOŚCI I EKSPOZYCJA NA RYZYKO

Na dzień bilansowy pozostające do spłaty pożyczki konsumenckie wyceniane według zamortyzowanego kosztu pomniejszane są o odpisy na utratę wartości. Zasady ujmowania odpisów z tytułu utraty wartości opisane są w Nocie 30. Odpis z tytułu oczekiwanych strat kredytowych został ujęty w ramach pozycji Odpisów aktualizujących z tytułu utraty wartości w sprawozdaniu z całkowitych dochodów.

Wszystkie pożyczki denominowane są w złotych przez co nie występuje ryzyko walutowe. W przypadku pożyczek wycenianych według zamortyzowanego kosztu nie występuje także ryzyko cenowe, ponieważ oczekuje się, że pożyczki będą utrzymywane do terminu wymagalności.

Więcej informacji o utracie wartości i ekspozycji na ryzyko kredytowe i ryzyko stopy procentowej przedstawiono w Nocie 30.

Wartość bilansowa pożyczek konsumenckich na dzień 31 grudnia 2022 r. i 31 grudnia 2021 r., wg terminu zapadalności, kształtowała się następująco:

	31.12.2022	31.12.2021
Pożyczki konsumenckie – długoterminowe	—	15 622
Pożyczki konsumenckie – krótkoterminowe	366 875	343 163
Razem	366 875	358 785

Pożyczki konsumenckie wyceniane według zamortyzowanego kosztu są udzielane na okres 30 dni, natomiast pozostałe instrumenty wyceniane w wartości godziwej mają zostać sprzedane partnerowi finansującemu w toku zwykłej działalności.

18.1 Pożyczki konsumenckie wyceniane według zamortyzowanego kosztu

Wartość bilansową brutto stanowi zamortyzowany koszt pożyczek konsumenckich, przed korektą o wszelkie odpisy na oczekiwane straty kredytowe. Odpis aktualizujący dotyczy oczekiwanych strat kredytowych, o których mowa w MSSF 9.

Tabela poniżej prezentuje wartość bilansową brutto (równą maksymalnej ekspozycji na ryzyko kredytowe) oraz oczekiwane straty kredytowe w każdym koszyku na dzień 31 grudnia 2022 r. i 31 grudnia 2021 r.

Pożyczki klasyfikowane są do trzech koszyków zależnie od związanego z nimi ryzyka, przy czym koszyk 3 odzwierciedla najwyższy poziom ryzyka. Opis poszczególnych koszyków przedstawiony jest w Nocie 26.

Stan na 01.01.2022	Koszyk 1	Koszyk 2	Koszyk 3	RAZEM
Pożyczki konsumenckie, brutto	360 816	1 939	2 345	365 101
Oczekiwane straty kredytowe	(2 935)	(1 105)	(2 275)	(6 316)
Pożyczki konsumenckie wyceniane według amortyzowanego kosztu na dzień 01.01.2022	357 881	834	70	358 785

Stan na 31.12.2022	Koszyk 1	Koszyk 2	Koszyk 3	RAZEM
Pożyczki konsumenckie, brutto na dzień 31.12.2021	360 816	1 939	2 345	365 101
Przeklasyfikowanie do kategorii FVTPL (zmiana modelu biznesowego)	(240 881)	(1 111)	(1 369)	(243 361)
Stan na początek okresu, brutto po przeklasyfikowaniu	119 935	828	976	121 739
Nowoudzielone pożyczki konsumenckie	3 310 545	—	—	3 310 545
Przeniesione do koszyka 2	(13 715)	13 715	—	—
Przeniesione do koszyka 3	(3)	(6 130)	6 133	—
Pożyczki konsumenckie wyksięgowane (częściowo spłacone i inne zmiany)	(30 114)	182	501	(29 431)
Pożyczki konsumenckie wyksięgowane (spłacone w całości)	(3 060 626)	(6 422)	(1 638)	(3 068 686)
Pożyczki konsumenckie wyksięgowane (sprzedane)	(168 018)	—	—	(168 018)
Pożyczki konsumenckie, brutto	158 005	2 173	5 972	166 150
Oczekiwane straty kredytowe na dzień 31.12.2021	(2 935)	(1 105)	(2 275)	(6 316)
Przeklasyfikowanie do kategorii FVTPL (zmiana modelu biznesowego)	2 160	613	1 326	4 099
Oczekiwane straty kredytowe na początek okresu po przeklasyfikowaniu	(775)	(493)	(949)	(2 216)
Nowoudzielone pożyczki konsumenckie	(7 434)	—	—	(7 434)
Zmiany wynikające ze zmian ryzyka kredytowego	(5 200)	(8 028)	(1 719)	(14 946)
Przeniesione do koszyka 2	1 303	(1 303)	—	—
Przeniesione do koszyka 3	—	4 774	(4 774)	—
Pożyczki konsumenckie wyksięgowane (spłacone)	10 465	3 616	1 584	15 665
Pożyczki konsumenckie wyksięgowane (sprzedaż)	321	—	—	321
Oczekiwane straty kredytowe na dzień 31.12.2022	(1 319)	(1 434)	(5 857)	(8 609)
Pożyczki konsumenckie wyceniane według amortyzowanego kosztu na dzień 31.12.2022	156 686	739	115	157 540

Stan na 31.12.2022	Koszyk 1	Koszyk 2	Koszyk 3	RAZEM
Pożyczki konsumenckie, brutto	158 005	2 173	5 972	166 151
Oczekiwane straty kredytowe	(1 319)	(1 434)	(5 857)	(8 610)
Pożyczki konsumenckie wyceniane według amortyzowanego kosztu na dzień 31.12.2022	156 687	739	115	157 540

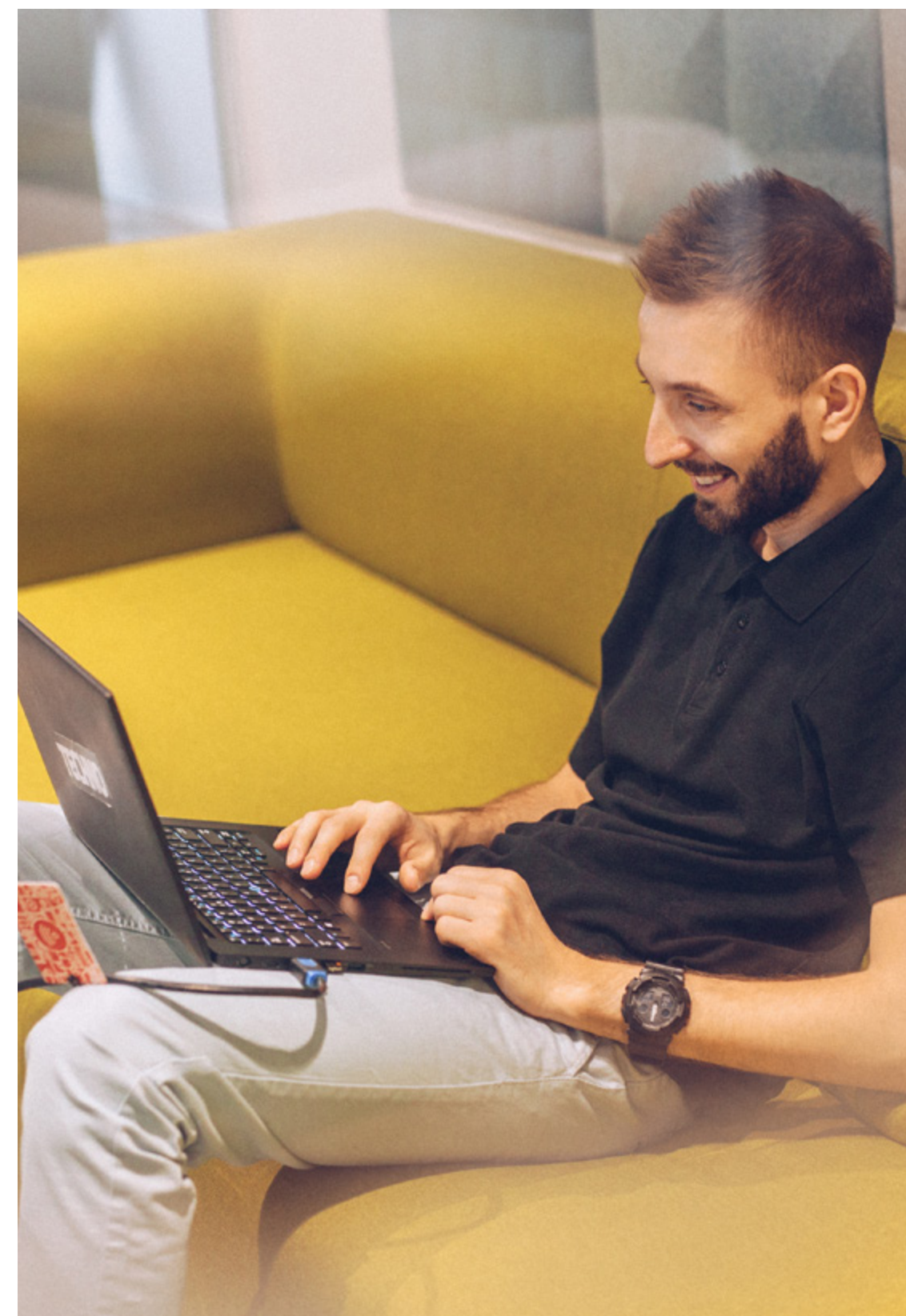
Stan na 01.01.2021	Koszyk 1	Koszyk 2	Koszyk 3	RAZEM
Pożyczki konsumenckie, brutto	53 073	28	1	53 102
Oczekiwane straty kredytowe	(1 126)	(3)	(1)	(1 130)
Pożyczki konsumenckie wyceniane według zamortyzowanego kosztu na dzień 01.01.2021	51 947	25	—	51 972

Stan na 01.01.2021	Koszyk 1	Koszyk 2	Koszyk 3	RAZEM
Stan na początek okresu	53 073	28	1	53 102
Nowoudzielone pożyczki konsumenckie	1 993 078	—	—	1 993 078
Przeniesione do koszyka 1	838	(805)	(33)	—
Przeniesione do koszyka 2	(7 054)	7 083	(29)	—
Przeniesione do koszyka 3	(6)	(2 586)	2 592	—
Pożyczki konsumenckie wyksięgowane (częściowo spłacone i inne zmiany)	(338 050)	(318)	18	(338 350)
Pożyczki konsumenckie wyksięgowane (spłacone w całości)	(1 159 521)	(1 463)	(204)	(1 161 188)
Pożyczki konsumenckie wyksięgowane (sprzedane)	(181 541)	—	—	(181 541)
Pożyczki konsumenckie, brutto	360 816	1 939	2 345	365 101
Oczekiwane straty kredytowe na początek okresu	(1 126)	(3)	(1)	(1 130)
Nowoudzielone pożyczki konsumenckie	(13 839)	—	—	(13 839)
Zmiany wynikające ze zmian ryzyka kredytowego	3 797	(2 496)	(848)	453
Przeniesione do koszyka 1	(100)	98	2	—
Przeniesione do koszyka 2	1 054	(1 073)	21	—
Przeniesione do koszyka 3	—	1 646	(1 646)	—
Pożyczki konsumenckie wyksięgowane (spłacone)	6 375	723	197	7 295
Pożyczki konsumenckie wyksięgowane (sprzedane)	904	—	—	904
Oczekiwane straty kredytowe	(2 935)	(1 105)	(2 275)	(6 316)
Pożyczki konsumenckie wyceniane według zamortyzowanego kosztu na dzień 31.12.2021	357 881	834	70	358 785

Stan na 01.01.2021	Koszyk 1	Koszyk 2	Koszyk 3	RAZEM
Pożyczki konsumenckie, brutto	360 816	1 939	2 345	365 101
Oczekiwane straty kredytowe	(2 935)	(1 105)	(2 275)	(6 316)
Pożyczki konsumenckie wyceniane według zamortyzowanego kosztu na dzień 31.12.2021	357 881	834	70	358 785

Zmiany ryzyka kredytowego mogą spowodować reklasyfikację do odpowiedniego koszyka. Zmiana odpisu na straty spowodowana takimi zdarzeniami jest prezentowana w pozycji „Zmiany wynikające ze zmian ryzyka kredytowego”.

W rezultacie opisanej powyżej zmiany modelu biznesowego, w grudniu 2022 r. Grupa zawarła transakcję sprzedaży 30-dniowych pożyczek konsumenckich „Zapłać później”, uzyskując z tego tytułu środki pieniężne w kwocie 168 015 PLN.



18.2 Pożyczki konsumenckie wyceniane w wartości godziwej przez wynik finansowy

Wycena do wartości godziwej pożyczek jest klasyfikowana na poziomie 3 w hierarchii wartości godziwej. Wycena w wartości godziwej jest oparta na umownych przepływach pieniężnych skorygowanych o element ryzyka kredytowego. Są one dyskontowane za pomocą stopy dyskontowej, na którą składa się stopa wolna od ryzyka oraz efektywna marża. Efektywną marżę przypisuje się w celu obliczenia współczynnika dyskontowego na podstawie charakterystyki ekspozycji w dniu wyceny.

Model biznesowy, w ramach którego Grupa zarządza tymi pożyczkami, zakłada uzyskiwanie przepływów pieniężnych wyłącznie poprzez sprzedaż tych pożyczek. Mimo że Grupa uzyskuje umowne przepływy pieniężne w okresie, w którym jest posiadaczem tych pożyczek (przed ich sprzedażą do Aion Bank), cel tego modelu biznesowego nie jest realizowany zarówno poprzez uzyskiwanie umownych przepływów pieniężnych, jak i sprzedaż aktywów finansowych,

ponieważ uzyskiwanie umownych przepływów pieniężnych nie wiąże się integralnie z osiągnięciem celu modelu biznesowego, lecz ma charakter uboczny.

Większość pożyczek konsumenckich jest sprzedawana partnerowi finansującemu w toku zwykłej działalności, zazwyczaj w ciągu 1-2 miesięcy od daty ich udzielenia. Zyski/straty powstałe w wyniku tych transakcji są minimalne, ponieważ ceny ustalone na podstawie umowy nie odbiegają znacząco od wartości godziwej aktywów finansowych będących przedmiotem transakcji sprzedaży. W każdym okresie sprawozdawczym Grupa porównuje wartość godziwą pożyczek konsumenckich z oczekiwaną ceną, którą otrzymałaby od partnera finansowego, gdyby transakcje sprzedaży miały miejsce na koniec okresu sprawozdawczego. Analiza wykazała, że ta rozbieżność nie jest istotna.

Większość pożyczek konsumenckich posiadanych przez Grupę na dzień 31 grudnia 2022 r. została sprzedana partnerowi finansującemu po zakończeniu roku, przy czym nie ujęto żadnego istotnego wyniku na tej transakcji.

W 2022 roku Grupa zrealizowała kilka transakcji sprzedaży pożyczek konsumenckich w ramach umowy podpisanej z Aion Bank w 2021 roku. W wyniku tego ryzyko, korzyści i kontrola zostały przeniesione na partnera finansującego, a odpowiednie pożyczki konsumenckie zostały wyksięgowane. W wyniku tych transakcji w 2022 r. Grupa otrzymała środki pieniężne w wysokości 1 393 923 PLN (2021: 182 271 PLN).

W roku zakończonym 31 grudnia 2022 r. i w okresach porównawczych nie nastąpiło przeniesienie do lub z poziomu 3 w hierarchii wartości godziwej.

Przeklasyfikowane z kategorii wyceny według zamortyzowanego kosztu (zmiana modelu biznesowego)	239 262
Pożyczki konsumenckie wyceniane w wartości godziwej przez wynik finansowy (FVTPL) na dzień 01.01.2022	239 262
Nowoudzielone pożyczki konsumenckie	2 148 467
Wycena w wartości godziwej	(9 153)
Pożyczki konsumenckie wyksięgowane (spłacone)	(779 851)
Pożyczki konsumenckie wyksięgowane (sprzedane)	(1 389 390)
Pożyczki konsumenckie wyceniane w wartości godziwej przez wynik finansowy (FVTPL) na dzień 31.12.2022	209 335

19. Środki pieniężne i ich ekwiwalenty

Na dzień bilansowy środki pieniężne i ich ekwiwalenty obejmowały:

	31.12.2022	31.12.2021
Środki pieniężne w banku	361 096	364 441
Depozyty bankowe	393 056	1 528 506
Ekwiwalenty środków pieniężnych	123 407	64 294
Razem	877 559	1 957 241

19.1 Klasyfikacja środków pieniężnych w banku

Środki pieniężne w banku obejmują środki pieniężne zdeponowane w banku i dostępne na żądanie.

19.2 Klasyfikacja depozytów bankowych

Depozyty bankowe to depozyty oprocentowane według stałej, negocjowanej stopy procentowej, z terminem zapadalności nieprzekraczającym trzech miesięcy od daty złożenia depozytu i podlegają wypłacie w ciągu 24 godzin od wezwania. Grupa posiada depozyty bankowe wyłącznie w instytucjach finansowych o ratingu BBB i wyższym.

19.3 Klasyfikacja ekwiwalentów środków pieniężnych

Ekwiwalenty środków pieniężnych obejmują nierozliczone płatności dokonane przez klientów Grupy za pośrednictwem kanałów płatności elektronicznej.

20. Kredyty i pożyczki

Na dzień bilansowy kredyty i pożyczki obejmowały:

	31.12.2022	31.12.2021
Pożyczki	6 451 821	5 362 982
Kredyty i pożyczki – część długoterminowa	6 451 821	5 362 982
Pożyczki	1 706	3 316
Kredyty i pożyczki – część krótkoterminowa	1 706	3 316
Kredyty i pożyczki razem	6 453 527	5 366 298

W dniu 29 września 2020 r. Grupa zawarła nową umowę kredytową ("Nowa Umowa Kredytowa", „SFA”), na podstawie której zaciągnęła kredyt w wysokości 5 500 000 PLN („Kredyt B”, „Kredyt Terminowy B”) oraz uzyskała dostęp do wielowalutowego kredytu odnawialnego w wysokości 500 000 PLN („RCF”), który pozostaje w pełni niewykorzystany.

W dniu 9 grudnia 2021 r. Grupa podpisała aneks do umowy SFA i uruchomiła nowy kredyt („Kredyt Dodatkowy”) w wysokości 1 000 000 PLN, który został w pełni wykorzystany po sfinalizowaniu transakcji przejęcia Grupy Mall i WE|DO. Kredyt Dodatkowy został następnie w pełni zrefinansowany za pomocą nowego kredytu („Nowy Kredyt Dodatkowy”) w dniu 9 listopada 2022 r.

W dniu 14 października 2020 r. Grupa zakończyła transakcję refinansowania zrealizowaną poprzez uruchomienie pełnej kwoty środków z tytułu Nowej Umowy Kredytowej, otrzymując kwotę netto 5 440 000 PLN, po odjęciu kwoty 60 000 PLN. Termin spłaty Kredytu B przypada na październik 2025 r., przy czym przed tym terminem nie są wymagane żadne spłaty. Kredyt początkowo oprocentowany jest według stopy WIBOR (lub EURIBOR lub LIBOR, w zależności od wyboru kredytobiorcy) w ujęciu rocznym (w każdym przypadku nie niższej od zera) oraz początkowej marży w wysokości 2,25% w skali roku.

W dniu 5 sierpnia 2021 r., dzięki poprawie wskaźnika dźwigni finansowej, Grupa obniżyła marżę swoich kredytów i pożyczek, zgodnie z umową kredytową. W efekcie wartość bilansowa istniejących kredytów wycenianych według zamortyzowanego kosztu zmniejszyła się o 105 928 PLN. Zysk z aktualizacji wyceny w wysokości 105 928 PLN został ujęty w przychodach finansowych w 2021 roku (Nota 10).

W 2022 r. Grupa ujęła koszt finansowy w wysokości 46 896 PLN powstały w wyniku ponownej wyceny Kredytu B według zamortyzowanego kosztu. Zmiana ta wynika ze wzrostu wskaźnika dźwigni finansowej Grupy po zakończeniu Transakcji przejęcia Mall i WE|Do, co w związku z warunkami obowiązującej umowy kredytowej skutkuje wzrostem marży odsetkowej i wzrostem wartości bilansowej istniejących kredytów i pożyczek wycenianych według zamortyzowanego kosztu.

W dniu 9 grudnia 2021 r. Grupa podpisała umowę Kredytu Dodatkowego w wysokości 1 000 000 PLN, który został w pełni wykorzystany po zakończeniu transakcji przejęcia Grupy Mall i WE|DO. Początkowo termin spłaty kredytu przypadał na wrzesień 2022 r., a następnie został przedłużony do września 2023 r. w dniu 31 maja 2022 r., co spowodowało podwyższenie marży kredytu pozostającego do spłaty.

Zawarcie tego aneksu do umowy Kredytu Dodatkowego spowodowało ujęcie kosztów finansowych w wysokości 11 260 PLN ze względu na wyższe oczekiwane przepływy pieniężne z tytułu istniejących kredytów i pożyczek wycenianych według zamortyzowanego kosztu.

Powyższa transakcja została ujęta jako modyfikacja zobowiązania finansowego, ponieważ nie zostały spełnione kryteria usunięcia z bilansu.

W dniu 3 lutego 2022 roku Grupa podpisała aneks do Nowej Umowy Kredytowej, na mocy którego został udzielony dodatkowy wielowalutowy kredyt odnawialny na kwotę stanowiącą równowartość 500 000 mln PLN powyżej aktualnej kwoty niewykorzystanego kredytu RCF („Dodatkowy Kredyt RCF”).

Dodatkowy kredyt RCF został wykorzystany przez Grupę w koronach czeskich na kwotę 500 000 PLN i wraz z Kredytem Dodatkowym został wykorzystany na sfinansowanie przejęcia Grupy Mall i WE|DO. Wartość nominalna dodatkowego kredytu RCF wraz z należnymi odsetkami została całkowicie spłacona w grudniu 2022 r.

W dniu 26 października 2022 r. Grupa podpisała aneks do Nowej Umowy Kredytowej, na mocy którego Kredyt Dodatkowy w wysokości 1 000 000 PLN został zrefinansowany za pomocą nowego kredytu („Nowy Kredyt Dodatkowy”) w dniu 9 listopada 2022 r. Doprowadziło to do zrównania ostatecznego terminu spłaty Nowego Kredytu Dodatkowego z pozostałymi do spłaty kredytami

i pożyczkami Grupy w wysokości 5 500 000 PLN, których termin spłaty przypada na 14 października 2025 r. Pozostałe warunki, w tym warunki dotyczące marży, poręczycieli i zabezpieczeń transakcji mają zastosowanie do refinansowanego kredytu, przy czym nie nałożono żadnych dodatkowych kowenantów. Ponieważ kryteria usunięcia z bilansu nie zostały spełnione, Grupa ujęła ten aneks do SFA jako modyfikację istniejącego kredytu, w wyniku czego w kosztach finansowych ujęła kwotę 2 273 PLN ze względu na wyższe oczekiwane przepływy pieniężne z tytułu istniejących kredytów i pożyczek wycenianych według zamortyzowanego kosztu.

Kredyty i pożyczki są wyceniane według zamortyzowanego kosztu przy zastosowaniu efektywnej stopy procentowej. Wartość kosztów pozyskania finansowania jest uwzględniona w kalkulacji efektywnej stopy procentowej. Okresowe ponowne oszacowanie przepływów pieniężnych wynikających ze zmian zmiennych stóp procentowych (WIBOR) jest ujmowane poprzez zmianę efektywnej stopy procentowej kredytu. Zmiany szacowanych przepływów pieniężnych wynikające z wcześniejszych spłat lub zmian marży kredytu są ujmowane poprzez ponowne obliczenie zamortyzowanego kosztu, a korekty są ujmowane w wyniku finansowym jako przychody lub koszty finansowe. Na dzień 31 grudnia 2022 r. średnia efektywna stopa procentowa wynosi 6,78%, a na dzień 31 grudnia 2021 r. była ona na poziomie 2,26%.

Termin spłaty kredytów Grupy przypada na rok 2025, a harmonogram spłat przedstawia się następująco:

Poniżej 3 miesięcy	Od 3 do 12 miesięcy	Od 1 roku do 5 lat	Powyżej 5 lat	Razem
1 706	—	6 451 821	—	6 453 527

Na dzień 31 grudnia 2022 r. i 31 grudnia 2021 r. zawarto sześć umów swapowych. Instrumenty te zostały wyznaczone jako zabezpieczenie przepływów pieniężnych w celu ograniczenia ekspozycji Grupy na ryzyko zmian stóp procentowych (patrz Nota 30.1).

Wartość godziwa kredytów i pożyczek nie różni się istotnie od wartości księgowych, ze względu na fakt, iż oprocentowanie tych kredytów i pożyczek jest zbliżone do stawek rynkowych (stopy umowne odzwierciedlają aktualne rynkowe stopy procentowe stosowane dla takich warunków w przypadku podobnych instrumentów).

20.1 Zasady rachunkowości

Kredyty i pożyczki wykazywane są początkowo w wartości godziwej pomniejszonej o koszty transakcyjne. Po początkowym ujęciu kredyty i pożyczki wykazuje się według zamortyzowanego kosztu, z zastosowaniem metody efektywnej stopy procentowej. Wszelkie różnice między otrzymaną kwotą (pomniejszoną o koszty transakcyjne) a wartością wykupu ujmuje się w rachunku zysków i strat w okresie obowiązywania odpowiednich umów, z zastosowaniem metody efektywnej stopy procentowej. Kredyty i pożyczki wymagalne w terminie do jednego roku

klasyfikowane są jako krótkoterminowe. W przeciwnym razie są one prezentowane jako pozycje długoterminowe.

20.2 Przestrzeganie kowenantów kredytowych

Zgodnie z warunkami umów dotyczących kredytów pozostających do spłaty, Grupa jest zobowiązana do utrzymywania określonych wskaźników finansowych na poziomie nie wyższym niż wskazany w umowach. Grupa zobowiązała się, że wskaźnik łącznej dźwigni finansowej netto nie przekroczy wskaźnika określonego w umowie w żadnym właściwym okresie kończącym się w dacie badania lub tej dacie (zob. Nota 31).

Grupa Allegro.eu przestrzegała kowenantów finansowych dotyczących swoich kredytów w okresach sprawozdawczych 2022 i 2021, a także w okresie od dnia bilansowego do dnia zatwierdzenia niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego. Szczegóły przedstawiono w Nocie 31.

20.3 Ekspozycja na ryzyko

Szczegóły dotyczące ekspozycji Grupy na ryzyko wynikające z pożyczek krótko – oraz długoterminowych przedstawiono w Nocie 30.

21. Leasing

21.1. Kwoty ujęte w sprawozdaniu z całkowitych dochodów

Wartość bilansowa aktywów z tytułu prawa do użytkowania amortyzowana jest metodą liniową. Grupa dokonuje amortyzacji składników aktywów z tytułu prawa do użytkowania od daty rozpoczęcia leasingu aż do końca okresu leasingu lub końca okresu użytkowania tego składnika, w zależności od tego, która z tych dat jest wcześniejsza. Szacowane okresy użytkowania aktywów z tytułu prawa do użytkowania są następujące:

- Leasing budynków 1-10 lat
- Leasing komputerów i wyposażenia biura 3-4 lata
- Leasing środków transportu 1-3 lat
- Grunty dzierżawione 5 lat

Koszty poniesione w związku leasingiem, ujęte w rachunku zysków i strat, obejmowały:

	31.12.2022	31.12.2021
Amortyzacja	(137 721)	(39 570)
Koszty odsetkowe	(23 314)	(4 982)
Koszty leasingu krótkoterminowego	(336)	(168)
Razem	(161 371)	(44 720)

21.2. Kwoty ujęte w sprawozdaniu z sytuacji finansowej

Zmiany stanu aktywów z tytułu prawa do użytkowania w ciągu roku obrotowego:

Stan na 01.01.2022	Leasing budynków	Leasing komputerów i wyposażenia biura	Leasing środków transportu	Grunty dzierżawione	Razem
Wartość brutto	302 400	19 829	304	28 260	350 793
Umorzenie i odpisy z tytułu utraty wartości	(134 847)	(4 270)	(250)	(1 509)	(140 876)
Wartość księgowa netto	167 553	15 559	54	26 751	209 917

Stan na 31.12.2022					
Wartość księgowa netto na początek okresu	167 553	15 559	54	26 751	209 917
Zwiększenia – nowe umowy leasingu	292 363	28 367	207	48 109	369 047
Zachęty leasingowe	(17 022)	—	—	—	(17 022)
Zwiększenia wynikające z połączenia jednostek gospodarczych	147 184	—	3 765	—	150 949
Różnice kursowe – kwota brutto	2 873	—	75	—	2 948
Zmniejszenia – kwota brutto	(49 779)	(1 243)	(67)	(230)	(51 319)
Modyfikacja umowy leasingowej	(5 314)	—	381	592	(4 342)
Amortyzacja	(117 522)	(8 535)	(719)	(10 944)	(137 721)
Zmniejszenia – amortyzacja	47 234	771	—	30	48 035
Różnice kursowe – amortyzacja	(336)	—	(8)	—	(344)
Odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości	(3 060)	—	—	—	(3 060)
Wartość księgowa netto na koniec okresu	464 174	34 918	3 687	64 308	567 087

Stan na 31.12.2022					
Wartość brutto	672 705	46 953	4 665	76 732	801 054
Umorzenie i odpisy z tytułu utraty wartości	(208 531)	(12 035)	(978)	(12 423)	(233 967)
Wartość księgowa netto	464 174	34 918	3 687	64 308	567 087

Stan na 01.01.2021	Leasing budynków	Leasing komputerów i wyposażenia biura	Leasing środków transportu	Grunty dzierżawione	Razem
Wartość brutto	161 883	1 501	304	—	163 688
Umorzenie i odpisy z tytułu utraty wartości	(99 673)	(1 461)	(172)	—	(101 306)
Wartość księgowa netto	62 210	40	132	—	62 382

Stan na 31.12.2021					
Wartość księgowa netto na początek okresu	62 210	40	132	—	62 382
Zwiększenia – nowe umowy leasingu	151 942	19 053	—	28 260	199 255
Zachęty leasingowe	(23 081)	—	—	—	(23 081)
Zmniejszenia	—	(725)	—	—	(725)
Modyfikacja umowy leasingowej	11 656	—	—	—	11 656
Amortyzacja	(35 174)	(2 809)	(78)	(1 509)	(39 570)
Wartość księgowa netto na koniec okresu	167 553	15 559	54	26 751	209 917

Stan na 31.12.2021					
Wartość brutto	302 400	19 829	304	28 260	350 793
Umorzenie i odpisy z tytułu utraty wartości	(134 847)	(4 270)	(250)	(1 509)	(140 876)
Wartość księgowa netto	167 553	15 559	54	26 751	209 917

Aktywa z tytułu prawa do użytkowania prezentowane są w sprawozdaniu z sytuacji finansowej w pozycji rzeczowych aktywów trwałych. Zmiany stanu zobowiązań leasingowych w ciągu roku obrotowego:

Stan na 31.12.2022	
Wartość początkowa leasingu	251 142
Modyfikacja	(4 342)
Opłaty leasingowe	(82 130)
Zwiększenia – nowe umowy leasingu	369 047
Zwiększenia wynikające z połączenia jednostek gospodarczych	150 949
Zmniejszenia	(3 284)
Koszty odsetkowe	23 314
Zapłata odsetek	(23 314)
Wycena walutowa	9 060
Inne	(260)
Zobowiązania z tytułu leasingu	690 181

Stan na 31.12.2021	
Wartość początkowa leasingu	73 266
Modyfikacja	11 656
Opłaty leasingowe	(31 062)
Zwiększenia – nowe umowy leasingu	199 255
Zmniejszenia	(725)
Koszty odsetkowe	4 982
Zapłata odsetek	(4 982)
Wycena walutowa	(659)
Inne	(589)
Zobowiązania z tytułu leasingu	251 142

21.3. Kwoty ujęte w sprawozdaniu z przepływów pieniężnych w związku z leasingiem

Łączne płatności gotówkowe z tytułu kapitału i odsetek wyniosły 105 444 PLN w 2022 r. oraz 36 044 PLN w 2021 r.

21.4. Działalność leasingowa Grupy i sposób jej rozliczania

Grupa wynajmuje różne nieruchomości i sprzęt. Umowy zawierane są zazwyczaj na stałe okresy od 1 do 10 lat, ale mogą występować opcje przedłużenia opisane poniżej. Warunki najmu są negocjowane indywidualnie i zawierają szeroki zakres różnych warunków. Umowy leasingu nie zawierają żadnych kowenantów, ale leasingowane aktywa nie mogą być wykorzystywane jako zabezpieczenie dla celów pożyczkowych.

Leasing ujmuje się jako aktywa z tytułu prawa do użytkowania wraz z odpowiadającym im zobowiązaniem na dzień, w którym przedmiot leasingu zostaje udostępniony do użytku Grupy. Każda opłata leasingowa jest alokowana pomiędzy zobowiązanie i koszty finansowe. Wartość bilansowa zobowiązania jest ponownie wyceniana w celu odzwierciedlenia wszelkich ponownych oszacowań, modyfikacji leasingu lub w celu uwzględnienia zaktualizowanych stałych opłat leasingowych. Okres leasingu to nieodwołalny czas trwania umowy leasingu; okresy objęte opcjami przedłużenia i rozwiązania leasingu są uwzględniane w okresie leasingu tylko wtedy, gdy jest pewne, że leasing zostanie przedłużony lub nie zostanie rozwiązany. Koszty finansowe obciążają wynik finansowy przez okres leasingu, tak aby dla każdego okresu uzyskać stałą okresową stopę procentową od niespłaconego salda zobowiązania dla każdego okresu.

Składnik aktywów z tytułu prawa do użytkowania amortyzuje się liniowo przez krótszy z dwóch okresów: okres ekonomicznej użyteczności składnika aktywów lub okres leasingu.

Aktywa i zobowiązania z tytułu leasingu są początkowo wyceniane na podstawie wartości bieżącej. Zobowiązania leasingowe obejmują wartość bieżącą netto następujących opłat leasingowych:

- stałe opłaty leasingowe,
- zmienne opłaty leasingowe, oparte na indeksie ub stawce,
- kwoty, których zapłaceniu przez leasingobiorcę oczekuje się z tytułu gwarancji wartości rezydualnej,
- cena wykonania opcji kupna, jeżeli można z wystarczającą pewnością założyć, że leasingobiorca skorzysta z tej opcji.

Opłaty leasingowe dyskontuje się z zastosowaniem stopy procentowej leasingu, jeżeli stopę tę można z łatwością ustalić, lub z zastosowaniem krańcowej stopy procentowej Grupy.

Aktywa z tytułu prawa do użytkowania wycenia się według kosztu obejmującego:

- kwota początkowej wyceny zobowiązania z tytułu leasingu,
- wszystkie opłaty leasingowe zapłacone w dacie rozpoczęcia lub przed tą datą, pomniejszone o wszelkie otrzymane zachęty leasingowe,
- wszystkie początkowe koszty bezpośrednie, oraz
- koszty przywrócenia przedmiotu leasingu do stanu pierwotnego.

Płatności związane z leasingiem krótkoterminowym i leasingiem aktywów o niskiej wartości ujmowane są metodą liniową jako koszt w wyniku finansowym. Leasing krótkoterminowy to leasing, którego okres obowiązywania wynosi nie więcej niż 12 miesięcy. Aktywa o niskiej wartości obejmują sprzęt IT i małe elementy wyposażenia biura.

Umowy mogą zawierać zarówno elementy leasingowe jak i nieleasingowe. Grupa alokuje wynagrodzenie z tytułu umowy do elementów leasingowych i nieleasingowych w oparciu o ich względne ceny jednostkowe. Jednak w przypadku leasingu nieruchomości, w którym Grupa jest leasingobiorcą, Grupa postanowiła nie rozdzielać elementów leasingowych i nieleasingowych i zamiast tego księguje je jako jeden element leasingowy.

21.5. Opcje przedłużenia i rozwiązania umowy

Opcje przedłużenia i rozwiązania umowy zawarte są w szeregu umów leasingu nieruchomości i sprzętu w całej Grupie. Warunki te służą do maksymalizacji elastyczności operacyjnej w zakresie zarządzania umowami. Większość posiadanych opcji przedłużenia i rozwiązania umowy może być wykonanych tylko przez Grupę, a nie przez leasingodawcę.

Przy ustalaniu okresu leasingu, Grupa rozważa wszystkie fakty i okoliczności, które mogą stanowić ekonomiczny bodziec do wykonania opcji przedłużenia, lub do niewykonania opcji rozwiązania umowy. Opcje przedłużenia (lub okresy po opcji rozwiązania) są włączone do okresu leasingu jeżeli istnieje wystarczająca pewność, że leasing zostanie przedłużony (lub nie zostanie rozwiązany).

Opcje przedłużenia dla aktywów z tytułu prawa do użytkowania nie zostały uwzględnione w zobowiązaniu leasingowym, ponieważ Grupa może zastąpić składnik aktywów bez ponoszenia znacznych kosztów lub zakłóceń działalności oraz ponieważ nie ma wystarczającej pewności, że umowy leasingowe zostaną przedłużone.

Okres leasingu podlega ponownej ocenie, jeżeli opcja zostanie faktycznie wykonana lub Grupa będzie zobowiązana do jej wykonania. Ocena wystarczającej pewności weryfikowana jest tylko jeżeli wystąpi istotne zdarzenie lub istotna zmiana okoliczności, które mają wpływ na tę ocenę i pozostają pod kontrolą leasingobiorcy.

21.6. Umowy leasingowe zawarte na czas nieokreślony

Zdecydowana większość umów leasingowych Grupy zawierana jest na czas określony. Jednak część umów na dzierżawę gruntów przeznaczonych pod rozmieszczenie automatów paczkowych została zawarta na czas nieokreślony, z przyznanym obu stronom prawem do wypowiedzenia umowy (z terminem wypowiedzenia wynoszącym w większości przypadków 3 miesiące) bez ponoszenia znaczących kar finansowych.

Grupa uwzględniła szerszy kontekst ekonomiczny umów leasingu przy określaniu okresu wykonalności tych umów. Te przedmioty leasingu są istotne z punktu widzenia Grupy, ponieważ stanowią nieodłączny element działalności logistycznej. Ponadto oczekuje się, że w nadchodzących okresach liczba leasingowanych lokalizacji znacznie wzrośnie, ze względu na dalszą rozbudowę sieci logistycznej Grupy, co stwarza ekonomiczną zachętę do niewypowiedzenia istniejących umów leasingowych.

Grupa rozważyła wszystkie istotne fakty i okoliczności, które stwarzają ekonomiczną zachętę zarówno dla leasingobiorcy jak i leasingodawcy do nieskorzystania z opcji wcześniejszego zakończenia umowy. Wszystkie umowy leasingowe są zawierane zgodnie z tą samą strategią biznesową i podlegają tej samej analizie kierownictwa. Grupa wzięła pod uwagę szeroki zakres czynników ekonomicznych jako zachętę do przedłużania lub niewypowiedzenia umów najmu w kontekście swojego planu biznesowego dotyczącego automatów paczkowych. W związku z tym Grupa doszła do wniosku, że w przypadku wszystkich umów okres leasingu powinien wynosić 5 lat.

22. Podatek odroczony

Podatek odroczony ujmowany jest w odniesieniu do różnic przejściowych pomiędzy wartością podatkową aktywów i zobowiązań a ich wartością bilansową wykazaną w Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym. Odroczony podatek dochodowy nie jest jednak ujmowany, jeżeli powstaje w wyniku początkowego ujęcia wartości firmy lub początkowego ujęcia składnika aktywów bądź zobowiązania przy transakcji, która nie stanowi połączenia jednostek i w chwili jej zawierania nie ma wpływu ani na dochód do opodatkowania, ani na stratę podatkową. Odroczony podatek dochodowy ustala się przy zastosowaniu obowiązujących prawnie lub faktycznie na dzień kończący okres sprawozdawczy stawek (i przepisów) podatkowych, które zgodnie z oczekiwaniami będą obowiązywać w momencie realizacji odnośnych aktywów z tytułu odroczonego podatku dochodowego lub uregulowania rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego.

Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego ujmowane są również w odniesieniu do niewykorzystanych strat podatkowych i ujmuje się je tylko wtedy, gdy prawdopodobne jest, że w przyszłości powstanie dochód do opodatkowania, który pozwoli na wykorzystanie różnic przejściowych lub ulg podatkowych dotyczących tego samego rodzaju podatku.

Aktywa i rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego są kompensowane, jeżeli Spółka posiada możliwy do wyegzekwowania tytuł prawny do skompensowania należności i zobowiązań z tytułu bieżącego podatku dochodowego oraz jeżeli aktywa i rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego dotyczą podatków dochodowych nakładanych przez ten sam organ podatkowy na tę samą jednostkę podlegającą opodatkowaniu.

22.1. Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego

Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego na dzień bilansowy składały się z różnic przejściowych z tytułu następujących pozycji:

	31.12.2022	31.12.2021
Rozliczenia międzyokresowe kosztów	111 548	87 826
Zobowiązania wobec pracowników	30 277	24 216
Zabezpieczenia przepływów pieniężnych	—	2 396
Utrata wartości należności handlowych	16 842	14 539
Pozostałe pozycje	45 525	20 941
Razem aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	204 192	149 918
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego zgodnie z zasadami kompensowania	(187 897)	(145 339)
Aktywa netto z tytułu odroczonego podatku dochodowego	16 295	4 579

	Rozliczenia międzyokresowe kosztów	Zobowiązania wobec pracowników	Inne	Kompensata	Razem
Stan na 01.01.2022	87 826	24 215	37 876	(145 339)	4 579
Ujęte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych	—	—	1 536	(1 190)	346
(Obciążenie)/uznanie wyniku finansowego	23 722	3 651	25 315	(41 338)	11 349
(Obciążenie)/uznanie pozostałych kapitałów rezerwowych	—	2 890	—	—	2 890
(Obciążenie)/uznanie innych całkowitych dochodów	—	(479)	(2 396)	—	(2 875)
Różnice kursowe	—	—	36	(30)	6
Stan na 31.12.2022	111 548	30 277	62 367	(187 897)	16 295
	Rozliczenia międzyokresowe kosztów	Zobowiązania wobec pracowników	Inne	Kompensata	Razem
Stan na 01.01.2021	54 959	32 468	22 507	(109 652)	281
Ujęte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych	—	—	292	—	292
(Obciążenie)/uznanie wyniku finansowego	32 867	(8 252)	12 477	(35 687)	1 405
(Obciążenie)/uznanie innych całkowitych dochodów	—	—	2 601	—	2 601
Stan na 31.12.2021	87 826	24 215	37 876	(145 339)	4 579

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu zgodna z wymogami ESEF i dostępna na stronie www.allegro.eu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

22.2. Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego

Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego na dzień bilansowy obejmowała różnice przejściowe z tytułu następujących pozycji:

	31.12.2022	31.12.2021
Wartości niematerialne i prawne (korekta wartości godziwej z tytułu połączenia jednostek)	962 559	652 923
Kapitał rezerwowý z wyceny zabezpieczeń	80 962	54 119
Wycena pożyczki	14 357	18 407
Rzeczowe aktywa trwałe	12 049	9 075
Pozostałe pozycje	30 003	19 613
Razem rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	1 099 930	754 137
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego zgodnie z zasadami kompensowania	(187 897)	(145 340)
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego netto	912 033	608 797

	Wartości niematerialne i prawne (korekta wartości godziwej z tytułu połączenia jednostek)	Kapitał rezerwowý z wyceny zabezpieczeń	Wycena pożyczki, Rzeczowe aktywa trwałe i inne pozycje	Kompensata	Razem
Stan na 01.01.2022	652 923	54 119	47 095	(145 340)	608 797
Ujęte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych	328 399	—	—	(1 190)	327 209
Obciążenie/(uznanie) wyniku finansowego	(24 671)	—	9 314	(41 338)	(56 694)
Obciążenie/(uznanie) innych całkowitych dochodów	—	26 843	—	—	26 843
Różnice kursowe	5 908	—	—	(29)	5 880
Stan na 31.12.2022	962 559	80 962	56 409	(187 897)	912 033
Stan na 01.01.2021	665 658	—	23 072	(109 652)	579 078
Ujęte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych	19	—	—	—	19
Obciążenie/(uznanie) wyniku finansowego	(12 754)	—	24 023	(35 688)	(24 420)
Obciążenie/(uznanie) innych całkowitych dochodów	—	54 119	—	—	54 119
Stan na 31.12.2021	652 923	54 119	47 095	(145 340)	608 797

22.3. Odroczony podatek dochodowy

Kalkulacja odroczonego podatku dochodowego opiera się na najlepszych szacunkach Grupy. Grupa zamierza kontynuować analizę pozycji odroczonego podatku dochodowego Grupy na każdy przyszły dzień bilansowy.

Zestawienie aktywów i rezerw z tytułu odroczonego podatku dochodowego przedstawia się następująco:

	31.12.2022	31.12.2021
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	204 192	149 919
– długoterminowe	29 022	14 403
– krótkoterminowe	175 170	135 516
Kompensata	(187 897)	(145 340)
Razem	16 295	4 579

	31.12.2022	31.12.2021
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	1 099 930	754 137
– długoterminowe	939 374	666 586
– krótkoterminowe	160 556	87 551
Kompensata	(187 897)	(145 340)
Razem	912 033	608 797

23. Zobowiązania wobec pracowników

Grupa wypłaca pracownikom następujące świadczenia, które mogą powodować powstanie zobowiązań wobec pracowników na dzień bilansowy:

- krótkoterminowe zobowiązania wobec pracowników;
- wynagrodzenia oraz składki na ubezpieczenie społeczne (poza ubezpieczeniami emerytalnymi i rentowymi);
- płatne nieobecności;
- premie motywacyjne, nagrody pieniężne;
- świadczenia dodatkowe;
- świadczenia po okresie zatrudnienia:
- składki na ubezpieczenia emerytalne i rentowe;
- odprawy emerytalne.

- na Grupie ciąży obecne prawne lub zwyczajowo oczekiwane zobowiązanie do dokonania wypłat z wyniku zdarzeń przeszłych; oraz
- można dokonać wiarygodnego oszacowania tego zobowiązania.

W przypadku świadczeń z tytułu płatnych nieobecności, zobowiązania wobec pracowników ujmowane są z tytułu skumulowanych płatnych nieobecności (np. niewykorzystane urlopy) w miarę wykonywania pracy, która zwiększa uprawnienia do przyszłych płatnych nieobecności. W przypadku niekumulujących się płatnych nieobecności (np. zwolnienia chorobowe) świadczenia ujmuje się z chwilą ich wystąpienia.

Świadczenia pracownicze z tytułu płatnych nieobecności oraz świadczenia z tytułu premii nie spełniają definicji rezerw w świetle MSSF i prezentowane są jako zobowiązania krótkoterminowe w sprawozdaniu z sytuacji finansowej w pozycji zobowiązań handlowych oraz pozostałych zobowiązań.

KRÓTKOTERMINOWE ZOBOWIĄZANIA WOBEC PRACOWNIKÓW

Zasady rachunkowości dotyczące krótkoterminowych zobowiązań wobec pracowników nie wymagają stosowania założeń aktuarialnych do ustalenia wysokości zobowiązań czy kosztów i nie stwarzają możliwości powstania zysku lub straty aktuarialnej. Ponadto krótkoterminowe zobowiązania wobec pracowników ustala się bez dyskonta.

Jeśli pracownik wykonywał pracę na rzecz Grupy w ciągu okresu obrotowego, Grupa ujmuje szacowaną niezdykontowaną wartość krótkoterminowych świadczeń, które zostaną wypłacone w zamian za tę pracę jako zobowiązanie, po potrąceniu wszelkich kwot już zapłaconych oraz kosztów.

Krótkoterminowe zobowiązania wobec pracowników w formie wypłat premii są ujmowane, gdy spełnione zostały następujące warunki:

PROGRAM OKREŚLONYCH SKŁADEK – ZAKŁAD UBEZPIECZEŃ SPOŁECZNYCH (SKŁADKI NA UBEZPIECZENIA EMERYTALNE I RENTOWE)

Zgodnie z obowiązującymi przepisami Grupa odprawia składki emerytalne i rentowe uzależnione od wynagrodzenia brutto za każdego zatrudnionego pracownika do Zakładu Ubezpieczeń Społecznych („program państwowy”). Grupa jest zobowiązana do przekazywania składek w terminie płatności jedynie w okresie zatrudnienia pracownika. Na Grupie nie ciąży prawne ani zwyczajowo oczekiwane zobowiązanie do wypłaty przyszłych świadczeń. Jeśli Grupa przestanie zatrudniać osoby uczestniczące w programie państwowym, to nie ma obowiązku wypłaty świadczeń wypracowanych przez jej własnych pracowników w poprzednich latach. Z tego względu program państwowy jest programem określonych składek.

Zobowiązanie Grupy z tytułu tych programów za każdy okres ustalone jest na podstawie kwot składek do wniesienia za dany rok. Zgodnie z MSR 19 nie wymaga się stosowania założeń aktuarialnych do ustalenia wysokości zobowiązań czy kosztów i nie ma możliwości powstania zysku lub straty aktuarialnej. Ponadto zobowiązania są wyceniane bez dyskonta, z wyjątkiem sytuacji, w których nie są one w pełni rozliczane w ciągu roku po zakończeniu okresu, w którym pracownicy wykonywali związaną z nimi pracę.

W przypadku gdy pracownik wykonywał pracę na rzecz Grupy w ciągu okresu, Grupa ujmuje składkę płatną do programu określonych składek w zamian za tę pracę jako zobowiązanie, po pomniejszeniu o ewentualne składki już zapłacone oraz koszty.

PROGRAM OKREŚLONYCH ŚWIADCZEŃ – ODPRAWY EMERYTALNE I RENTOWE

Pracownicy Grupy lub wskazani przez nich uposażeni mają prawo do odpraw emerytalnych i rentowych. Odprawy emerytalne i rentowe są wypłacane jednorazowo, w momencie przejścia na emeryturę lub rentę. Zgodnie z MSR 19 odprawy te mają charakter programu określonych świadczeń.

Wartość bieżąca wspomnianych zobowiązań na każdy dzień kończący okres sprawozdawczy jest obliczana przez niezależnego aktuarusza. Naliczone zobowiązania są równe zdyskontowanym płatnościom, które mają zostać dokonane w przyszłości, z uwzględnieniem rotacji zatrudnienia i dotyczą okresu do dnia kończącego okres sprawozdawczy. Grupa nie finansuje tego programu, dlatego też nie ma żadnych istniejących aktywów programu.

Grupa ujmuje zyski/straty aktuarialne w innych całkowitych dochodach.

PRACOWNICZE PLANY KAPITAŁOWE

Pracownicze Plany Kapitałowe („PPK”) zostały wprowadzone w Polsce nowymi przepisami obowiązującymi od 1 stycznia 2019 r., zgodnie z którymi pracodawcy są zobowiązani do wprowadzenia w swojej organizacji pracowniczych planów kapitałowych. Pracownicze Plany Kapitałowe stanowią nową formę

oszczędzania w ramach systemu emerytalnego. Wpłata podstawowa finansowana przez pracownika wynosi 2% wynagrodzenia brutto. Z kolei pracodawca dokonuje wpłaty w wysokości 1,5% obowiązkowej składki pracownika oraz może też przekazywać dobrowolną wpłatę dodatkową w wysokości do 2,5% wynagrodzenia. Ten obowiązek dotyczą tylko tych pracowników, którzy nie zrezygnowali z PPK. Zobowiązanie z tytułu pracowniczych programów kapitałowych na dzień 31 grudnia 2022 r. wynosiło 989 PLN, a na 31 grudnia 2021 r. – 1 238 PLN. Było ujmowane w pozycji zobowiązań handlowych oraz pozostałych zobowiązań.

PŁATNOŚCI W FORMIE AKCJI

Transakcje płatności w formie akcji traktowane są zgodnie z MSSF 2. Standard obejmuje wszelkie porozumienia, w których podmiot nabywa towary i usługi w zamian za emisję instrumentów kapitałowych podmiotu, lub w zamian za płatności gotówkowe bazujące na wartości godziwej instrumentów kapitałowych podmiotu, chyba że transakcja ta w oczywisty sposób służy innemu celowi niż płatność za towary lub usługi dostarczone otrzymującemu je podmiotowi. Zgodnie z MSSF 2 Grupa Allegro.eu rozróżnia pomiędzy programami rozliczanymi w instrumentach kapitałowych a programami rozliczanymi w środkach pieniężnych. Korzyści finansowe z tytułu programów rozliczanych w instrumentach kapitałowych rozliczane są przez cały oczekiwany okres nabywania uprawnień i odnoszone na kapitał własny od daty rozpoczęcia świadczenia pracy, która może być wcześniejsza niż dzień przyznania. Dla płatności w formie akcji rozliczanych w instrumentach kapitałowych, wartość przyznanych instrumentów ustalana jest na dzień przyznania i aktualizowana w okresie od dnia rozpoczęcia świadczenia pracy do dnia przyznania. Warunek nabycia uprawnień z tytułu świadczenia pracy oraz warunki dotyczące wyników nierynkowych są uwzględniane przy obliczaniu liczby nagród, do których zostaną nabyte uprawnienia. Koszty z tytułu programów rozliczanych w środkach pieniężnych także rozliczane przez cały oczekiwany okres nabywania uprawnień, ale odnoszone są na zobowiązania. Opis istniejącego Programu Motywacyjnego Allegro Incentive Plan rozliczanego w instrumentach kapitałowych przedstawiono w Nocie 27.2.

23.1. Zmiany stanu zobowiązań wobec pracowników

Wystąpiły następujące zmiany zobowiązań wobec pracowników:

	01.01.2021	Zwiększenie	Rozwiązanie	Wykorzystanie	31.12.2021	Przejęcie w ramach połą- czenia jednostek gospodarczych	Zwiększenie	Rozwiązanie	Wykorzystanie	31.12.2022
Pracowniczy program motywacyjny	—	2 073	—	—	2 073	—	—	—	(2 073)	—
Rezerwa na świadczenia emerytalne i rentowe	5 370	2 326	—	—	7 696	—	71	(645)	—	7 122
Długoterminowe zobowiązania wobec pracowników	5 370	4 399	—	—	9 769	—	71	(645)	(2 073)	7 122
Rezerwa na wypłatę premii	103 499	97 232	—	(122 648)	78 083	14 260	72 365	(7 490)	(66 051)	91 168
Rezerwa na premie retencyjne	—	—	—	—	—	6 579	4 979	—	(6 562)	5 120
Pracowniczy program motywacyjny	24 863	—	—	(24 863)	—	—	571	(44)	—	526
Rezerwa na niewykorzystane urlopy	18 960	19 448	—	(13 804)	24 605	5 964	26 701	—	(24 131)	33 138
Rezerwa na świadczenia emerytalne i rentowe	48	25	—	—	73	48	150	—	—	271
Rezerwa na wypłatę wynagrodzeń	—	—	—	—	—	16 109	29 780	(0)	(28 559)	17 633
Inne	1 559	—	(712)	—	847	—	—	(467)	—	380
Krótkoterminowe zobowiązania wobec pracowników	148 928	116 705	(712)	(161 315)	103 608	42 960	134 546	(8 001)	(125 303)	148 237
Razem	154 298	121 104	(712)	(161 315)	113 377	42 960	134 617	(8 646)	(127 376)	155 359

24. Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania

Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania na dzień bilansowy obejmowały:

	Nota	31.12.2022	31.12.2021
Zobowiązania handlowe		1 488 129	581 469
Zobowiązania z tytułu umów z klientami i zwrotów	9,3/9,4	218 818	157 649
Zobowiązania z tytułu VAT		136 456	81 454
Nabycie aktywów niefinansowych		13 502	39 116
Ubezpieczenia społeczne i inne zobowiązania podatkowe		36 224	19 966
Zobowiązania z tytułu podatku u źródła		28 638	10
Pozostałe zobowiązania		59 517	24 091
Razem		1 981 283	903 755

Zobowiązania handlowe regulowane są zazwyczaj w terminie 30 dni od ich ujęcia. Wartość godziwa zobowiązań handlowych oraz pozostałych zobowiązań jest uznawana za taką samą jak ich wartość bilansowa z uwagi na ich krótkoterminowy charakter.

Znaczny wzrost stanu zobowiązań handlowych wynika głównie z przejęcia Grupy Mall, zgodnie z opisem przedstawionym w Nocie 5.

24.1. Klasyfikacja zobowiązań handlowych

Zobowiązania handlowe to zobowiązania z tytułu dostaw i usług zrealizowanych na rzecz Grupy przed zakończeniem roku obrotowego, które nie zostały zapłacone. Kwoty te nie są zabezpieczone i płatne są zazwyczaj w terminie 30 dni od ich ujęcia. Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania prezentowane są jako zobowiązania krótkoterminowe, chyba że płatność staje się wymagalna po 12 miesiącach od zakończenia okresu sprawozdawczego. Ujmowane są one początkowo w wartości godziwej, a następnie wyceniane według zamortyzowanego kosztu przy zastosowaniu metody efektywnej stopy procentowej.

25. Pochodne instrumenty finansowe

KLASYFIKACJA I WYCENA

Instrumenty pochodne wyznaczone jako instrumenty zabezpieczające są początkowo ujmowane w wartości godziwej w dniu zawarcia kontraktu pochodnego, a następnie wycena jest aktualizowana do obecnej wartości godziwej. Instrumenty pochodne wykorzystywane są przez Grupę wyłącznie jako instrumenty zabezpieczające, a nie spekulacyjne. Jeżeli jednak instrumenty pochodne nie spełniają kryteriów rachunkowości zabezpieczeń, to są one klasyfikowane jako „przeznaczone do obrotu” dla celów księgowych i ujmowane w wartości godziwej przez wynik finansowy.

Efektywność wszystkich istniejących zabezpieczeń przepływów pieniężnych została sprawdzona i zostały one uznane za w 100% efektywne. W związku z tym wszystkie zmiany zostały ujęte w Innych całkowitych dochodach.

Jeśli zabezpieczana pozycja ma wpływ na wynik finansowy, zysk lub strata związane ze skuteczną częścią swapu procentowego są przenoszone z innych całkowitych dochodów i ujmowane w rachunku zysków i strat, w ramach kosztów finansowych, w tym samym czasie co koszty z tytułu odsetek od zabezpieczanych pożyczek.

W przypadku zabezpieczeń przepływów pieniężnych związanych z planowaną transakcją, która następnie skutkuje ujęciem pozycji niefinansowej, wartość bilansowa tej pozycji jest korygowana o skumulowane zyski lub straty poprzez bezpośrednie przeniesienie z kapitału własnego („korekta wartości początkowej w zabezpieczeniach przepływów pieniężnych”).

ZABEZPIECZENIA PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH

Grupa przyjęła strategię zabezpieczeń przepływów pieniężnych w celu ograniczenia potencjalnego negatywnego wpływu zmian stóp procentowych (swap) oraz zmian kursów walutowych (walutowe instrumenty pochodne) na wyniki finansowe Grupy. Kwoty nominalne i terminy wymagalności instrumentów zabezpieczających przedstawione zostały w powyższych tabelach.

Efektywną część zmian wartości godziwej instrumentów pochodnych wyznaczonych i kwalifikujących się jako zabezpieczenia przepływów pieniężnych ujmuje się w innych całkowitych dochodach. Zysk lub stratę dotyczącą części nieefektywnej wykazuje się w rachunku zysków i strat.

Gdy instrument zabezpieczający wygasa lub zostaje sprzedany lub gdy zabezpieczenie przestało spełniać warunki rachunkowości zabezpieczeń, to skumulowany zysk lub strata z tytułu instrumentu zabezpieczającego, ujęty w danym momencie w innych całkowitych dochodach pozostaje w kapitale własnym i odnoszony jest do rachunku zysków i strat w momencie realizacji planowanej transakcji. Jeżeli Grupa przestaje oczekiwać, że planowana transakcja nastąpi, wówczas skumulowany zysk lub strata ujęty w innych całkowitych dochodach przenoszony jest do rachunku zysków i strat.

Wartość godziwa swapów stóp procentowych, stosowanych jako zabezpieczenie przepływów pieniężnych, przedstawiona jest w niniejszej nodcie. Zmiany stanu kapitału zapasowego zostały ujawnione w Skonsolidowanym sprawozdaniu ze zmian w kapitale własnym.

Wartość godziwa zabezpieczających instrumentów pochodnych zaliczana jest do aktywów trwałych lub zobowiązań długoterminowych, jeśli czas pozostały do terminu zapadalności dla zabezpieczonej pozycji przekracza 12 miesięcy, albo do aktywów obrotowych lub zobowiązań krótkoterminowych, jeśli czas pozostały do terminu zapadalności dla zabezpieczanej pozycji nie przekracza 12 miesięcy.

Wartości godziwe swapów stóp procentowych oblicza się poprzez zdyskontowanie przyszłych przepływów pieniężnych zarówno z tytułu płatności odsetek o stałej, jak i zmiennej stopie. Dane wejściowe wykorzystywane przy ustalaniu wartości godziwej zaliczane są do Poziomu 2 hierarchii wartości godziwej (obserwowalne, bezpośrednio lub pośrednio, dane wejściowe dla aktywów lub zobowiązań inne niż ceny pochodzące z aktywnego rynku dla identycznych aktywów lub zobowiązań). Te dane wejściowe obejmują stałą stopę procentową, stopę dyskontową oraz krzywą dochodowości.

NIEEFEKTYWNOŚĆ ZABEZPIECZEŃ

Efektywność zabezpieczenia ustalana jest na początku powiązania zabezpieczającego, oraz poprzez okresowe oceny efektywności, aby zapewnić, że istnieje powiązanie ekonomiczne pomiędzy zabezpieczaną pozycją a instrumentem zabezpieczającym.

Grupa zawiera swapy stóp procentowych, które mają podobne warunki kluczowe jak pozycja zabezpieczana, takie jak stopa referencyjna, daty aktualizacji, daty płatności, terminy zapadalności i kwota referencyjna, dlatego istnieje wyraźny związek ekonomiczny między pozycją zabezpieczaną (kredyty o zmiennym oprocentowaniu) i instrumentami zabezpieczającymi (IRS).

Grupa nie zabezpiecza 100% swoich kredytów, w związku z czym pozycja zabezpieczona identyfikowana jest jako proporcja udzielonych kredytów do poziomu kwoty referencyjnej swapów. Dla każdego IRS wyznaczone jest oddzielne powiązanie zabezpieczające, przy czym poziom zabezpieczenia wynosi 100%. Źródłem nieefektywności mogą być zmiany ryzyka kredytowego kontrahenta lub zmiany w terminach przepływów pieniężnych. Jako że wszystkie krytyczne warunki w ciągu roku były dopasowane, powiązanie ekonomiczne było w 100% efektywne.

W odniesieniu do warunkowego walutowego kontraktu terminowego forward Grupa stosuje rachunkowość zabezpieczeń przepływów pieniężnych, ponieważ istnieje wyraźny związek ekonomiczny między pozycją zabezpieczaną (płatność w walucie obcej) a instrumentem zabezpieczającym, a wskaźnik zabezpieczenia wynosi 100%. Zabezpieczenie jest wysoce efektywne, a źródłem nieefektywności mogą być zmiany ryzyka kredytowego kontrahenta.

Wartość bilansowa IRS na dzień 31 grudnia 2022 roku wynosi 324 402 i jest prezentowana jako składnik aktywów finansowych stanowiących instrumenty pochodne, kapitał rezerwowany z tytułu zabezpieczeń przepływów pieniężnych związanych z zabezpieczeniem stóp procentowych wynosi 242 596 i jest prezentowany po odliczeniu rezerwy z tytułu podatku odroczonego w wysokości 80 961. Wyniki zabezpieczenia ujęte w innych całkowitych dochodach w 2022 r. wyniosły 249 146 i były równe zmianie wartości godziwej IRS, w związku z czym nie stwierdzono nieefektywności zabezpieczenia.

SWAPY STÓP PROCENTOWYCH

Grupa zawarła kilka kontraktów Swapów Stóp Procentowych, aby zmniejszyć część ekspozycji na ryzyko stopy procentowej, ponieważ wszystkie pozostające do spłaty kredyty są oprocentowane według zmiennej stopy procentowej.

Kontrakty otwarte na dzień 31 grudnia 2022 r. i na dzień 31 grudnia 2021 r. zostały przedstawione w poniższej tabeli.

Stan na 31.12.2022

Data zawarcia	Termin rozpoczęcia	Termin zakończenia	Kwota referencyjna	Stopa swapowa
16.12.2020	30.06.2022	28.06.2024	750 000	Stoła stopa WIBOR 3M – 0,7075%
22.12.2020	30.06.2022	28.06.2024	1 200 000	Stoła stopa WIBOR 3M – 0,6225%
22.12.2020	30.06.2022	28.06.2024	800 000	Stoła stopa WIBOR 3M – 0,6150%
02.11.2021	31.12.2021	30.06.2024	1 375 000	Stoła stopa WIBOR 3M – 2,6720%
23.08.2022	28.06.2024	31.10.2025	500 000	Stoła stopa WIBOR 3M – 5,7720%
12.09.2022	28.06.2024	31.10.2025	500 000	Stoła stopa WIBOR 3M – 5,2290%

Stan na 31.12.2021

Data zawarcia	Termin rozpoczęcia	Termin zakończenia	Kwota referencyjna	Stopa swapowa
30.11.2020	31.12.2020	30.06.2022	2 041 000	Stoła stopa WIBOR 3M – 2,3050%
16.12.2020	30.06.2022	28.06.2024	750 000	Stoła stopa WIBOR 3M – 0,7075%
18.12.2020	31.12.2020	30.06.2022	862 000	Stoła stopa WIBOR 3M – 1,6150%
22.12.2020	30.06.2022	28.06.2024	1 200 000	Stoła stopa WIBOR 3M – 0,6225%
22.12.2020	30.06.2022	28.06.2024	800 000	Stoła stopa WIBOR 3M – 0,6150%
02.11.2021	31.12.2021	30.06.2024	1 375 000	Stoła stopa WIBOR 3M – 2,6720%

Przy wyznaczaniu wartości godziwej swapów stóp procentowych Grupa stosuje metodę wartości bieżącej przyszłych przepływów pieniężnych na podstawie krzywych stóp procentowych.

Wzrost salda aktywów finansowych będących instrumentami pochodnymi i zmniejszenie zobowiązań finansowych w kwocie netto 120 017 PLN wynika ze

wzrostu stopy referencyjnej WIBOR w drugiej połowie 2021 r. Spowodowało to korzystną aktualizację wyceny kontraktów swap zamieniających zmienną stopę procentową na stopę stałą. Instrumenty te są desygnowane jako zabezpieczenie przyszłych przepływów pieniężnych, dlatego aktualizacja wyceny istniejących kontraktów jest ujmowana jako element Innych całkowitych dochodów.

WARUNKOWY WALUTOWY KONTRAKT TERMINOWY FORWARD

W dniu 4 listopada 2021 r. spółka Allegro sp. z o.o. zawarła umowę sprzedaży udziałów dotyczącą potencjalnego przejścia grupy kapitałowej Mall Group a.s. i spółki logistycznej WE|DO CZ s.r.o. Przejęcia miały zostać dokonane za łączną kwotę 881 000 EUR, stanowiącą połączenie środków pieniężnych i akcji. Ponieważ Grupa Allegro.eu generuje 100% strumieni przychodów w PLN, komponent środków pieniężnych był narażony na zmienność kursów walutowych w miesiącach poprzedzających zamknięcie transakcji przejścia. Aby zminimalizować tę ekspozycję, 10 listopada Grupa zawarła umowę typu Deal Contingent FX Forward. Wartość referencyjna zabezpieczenia w wysokości 474 000 EUR była równa gotówkowemu składnikowi ceny nabycia.

W dniu 31 marca 2022 r. Grupa dokonała rozliczenia swojego zobowiązania z tytułu warunkowej walutowej transakcji terminowej poprzez przekazanie kwoty 2 221 259 PLN w zamian za kwotę 474 000 EUR. Ten instrument pochodny został desygnowany jako zabezpieczenie przyszłych przepływów pieniężnych, związanych z wysoce prawdopodobną transakcją połączenia jednostek gospodarczych. W związku z powyższym strata w wysokości 16 827 PLN, ujęta w innych całkowitych dochodach, została przeniesiona, w dniu nabycia Grupy Mall i WE|DO, bezpośrednio z kapitału własnego do wartości firmy i jest elementem ceny nabycia zapłaconej w momencie przejścia Grupy Mall i WE|DO sfinalizowanego 1 kwietnia 2022 r. Więcej informacji na temat rozliczenia Transakcji przedstawiono w Nocie 5.

Poniższa tabela przedstawia salda pochodnych instrumentów finansowych w podziale na kontrakty Swapów Stóp Procentowych i Warunkowe Kontrakty Terminowe:

Pozycja bilansu	31.12.2022		31.12.2021	
	Swap stóp procentowych	Warunkowy kontrakt forward	Swap stóp procentowych	Warunkowy kontrakt forward
Aktywa finansowe będące instrumentami pochodnymi – długoterminowe	324 626	—	203 027	—
Aktywa finansowe będące instrumentami pochodnymi – krótkoterminowe	—	—	13 968	—
Zobowiązania finansowe będące instrumentami pochodnymi – długoterminowe	224	—	—	—
Zobowiązania finansowe będące instrumentami pochodnymi – krótkoterminowe	—	—	—	12 610
Razem	324 850	—	216 995	12 610

26. Aktywa i zobowiązania finansowe

KLASYFIKACJA I WYCENA

Zgodnie z MSSF 9 Grupa klasyfikuje aktywa finansowe jako: wyceniane w wartości godziwej lub wyceniane według zamortyzowanego kosztu. Klasyfikacja dokonywana jest w momencie początkowego ujęcia i zależy od przyjętego przez Grupę modelu zarządzania instrumentami finansowymi oraz charakterystyki umownych przepływów pieniężnych z tych instrumentów.

W 2022 i 2021 roku wszystkie aktywa i zobowiązania finansowe, z wyjątkiem instrumentów pochodnych i pożyczek konsumenckich wycenianych w wartości godziwej, były początkowo ujmowane w wartości godziwej z uwzględnieniem kosztów transakcyjnych a po początkowym ujęciu według zamortyzowanego kosztu.

Grupa stosuje rachunkowość zabezpieczeń i klasyfikuje te finansowe instrumenty pochodne jako zabezpieczenia przepływów pieniężnych zgodnie z MSSF 9.

Grupa posiada następujące instrumenty finansowe:

	Nota	31.12.2022	31.12.2021
Aktywa finansowe wyceniane według zamortyzowanego kosztu		2 299 876	3 142 360
Pożyczki konsumenckie wyceniane według zamortyzowanego kosztu	18	157 540	358 785
Należności handlowe oraz pozostałe należności ^[1]	16	1 227 352	805 024
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	19	877 559	1 957 241
Środki pieniężne o ograniczonej możliwości dysponowania		34 257	14 240
Inwestycje		360	360
Pozostałe aktywa finansowe		2 808	6 710
Aktywa finansowe wyceniane w wartości godziwej przez wynik finansowy		209 335	—
Pożyczki konsumenckie wyceniane w wartości godziwej przez wynik finansowy	18	209 335	—
Pochodne instrumenty finansowe wyceniane w wartości godziwej przez inne całkowite dochody (FVOCI)		324 626	216 995
Pochodne instrumenty finansowe (zabezpieczenia przepływów pieniężnych)	25	324 626	216 995

[1] z wyłączeniem rozliczeń podatkowych

	Nota	31.12.2022	31.12.2021
Zobowiązania wyceniane według zamortyzowanego kosztu		8 821 188	6 323 707
Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania ^[2]	24	1 677 480	701 374
Kredyty i pożyczki	20	6 453 527	5 366 298
Zobowiązania leasingowe (poza zakresem MSSF 9)	21	690 181	251 142
Zobowiązania związane z połączeniem jednostek gospodarczych		—	4 893
Pochodne instrumenty finansowe wyceniane w wartości godziwej przez inne całkowite dochody (FVOCI)		224	12 610
Pochodne instrumenty finansowe (zabezpieczenia przepływów pieniężnych)	25	224	12 610

[2] z wyłączeniem przychodów przyszłych okresów i rozliczeń podatkowych

Zamortyzowany koszt składnika aktywów finansowych lub zobowiązania finansowego jest definiowany jako kwota, po której zobowiązanie finansowe jest wyceniane w momencie początkowego ujęcia pomniejszona o spłaty kapitału, plus/minus skumulowana amortyzacja przy użyciu metody efektywnej stopy procentowej wszelkich różnic między tą początkową kwotą, a kwotą w momencie wymagalności oraz, w przypadku aktywów finansowych, skorygowana o wszelkie odpisy aktualizujące.

Grupa zaprzestaje ujmowania składnika aktywów finansowych, gdy wygasają umowne prawa do przepływów pieniężnych ze składnika aktywów finansowych lub gdy przenosi składnik aktywów finansowych, a przeniesienie spełnia warunki zaprzestania ujmowania. Przeniesienie składnika aktywów finansowych występuje, gdy przeniesione zostają prawa do przepływów finansowych lub prawa do przepływów finansowych zostają zachowane, lecz podmiot zawiera porozumienie o przekazywaniu przepływów („pass-through arrangement”) spełniające kryteria wskazane w MSSF 9. W związku z tym zaprzestanie ujmowania nie ogranicza się do przypadków przeniesienia praw do przepływów pieniężnych, ale związane jest z szerszym pojęciem „przeniesienia składnika aktywów finansowych”.

Grupa przenosi składnik aktywów finansowych jeżeli przenosi umowne prawa do otrzymania przepływów pieniężnych ze składnika aktywów finansowych lub jeżeli zachowuje umowne prawa do otrzymywania przepływów pieniężnych ze składnika aktywów finansowych, ale przyjmuje na siebie umowny obowiązek przekazania przepływów pieniężnych jednemu lub większej liczbie odbiorców.

Grupa przestaje ujmować zobowiązania finansowe, gdy zostaną wypełnione, anulowane lub wygasną. Grupa przestaje ujmować zobowiązanie finansowe także wtedy, gdy jego warunki ulegną zmianie, a przepływy pieniężne zmodyfikowanego zobowiązania są zasadniczo różne, w którym to przypadku nowe zobowiązanie finansowe oparte na zmodyfikowanych warunkach jest ujmowane w wartości godziwej.

KOMPENSOWANIE AKTYWÓW I ZOBOWIĄZAŃ FINANSOWYCH

Aktywa i zobowiązania finansowe kompensuje się i wykazuje w sprawozdaniu z sytuacji finansowej w kwocie netto, tylko jeżeli Grupa posiada prawnie egzekwowalny tytuł prawny do kompensowania ujętych kwot i zamierza rozliczyć je w kwocie netto lub równocześnie zrealizować składnik aktywów i uregulować zobowiązanie.

UTRATA WARTOŚCI AKTYWÓW FINANSOWYCH

Polityka Grupy w zakresie utraty wartości aktywów finansowych jest zgodna z wymogami MSSF 9, który wymaga oszacowania oczekiwanej straty, niezależnie od tego czy wystąpiły, czy też nie przesłanki do dokonania takiego odpisu. Standard przewiduje klasyfikację aktywów finansowych w podziale na 3 koszyki, w zależności od utraty wartości:

- koszyk pierwszy – salda dla których nie nastąpił znaczny wzrost ryzyka kredytowego od momentu początkowego ujęcia, dla których oczekiwaną stratę ustala się w oparciu o prawdopodobieństwo niewykonania zobowiązania w ciągu 12 miesięcy;
- koszyk drugi – salda dla których nastąpił znaczny wzrost ryzyka kredytowego od momentu początkowego ujęcia, dla których oczekiwaną stratę ustala się w oparciu o prawdopodobieństwo niewykonania zobowiązania w całym okresie kredytowania;
- koszyk trzeci – salda ze stwierdzoną utratą wartości.

Dla należności handlowych Grupa stosuje uproszczony model, opisany w Nocie 30.

NOTA DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA ZE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM

27. Kapitał własny

27.1. Kapitał zakładowy

W tej notcie kwoty zostały wyrażone w PLN, a nie w tysiącach PLN.

W dniu 31 grudnia 2021 r. kapitał zakładowy Grupy składał się z 1 023 255 814 akcji zwykłych o wartości nominalnej 0,01 PLN każda i łącznej wartości nominalnej 10 232 558 PLN.

W dniu 1 kwietnia 2022 r. Grupa wyemitowała 33 649 039 akcji zwykłych w związku z zakończeniem przejęcia Grupy Mall i WE|DO. W wyniku tego kapitał zakładowy został podwyższony o kwotę 336 490 PLN, a nadwyżka ponad wartość nominalną akcji w wysokości 1 180 744 779 PLN została przeznaczona na kapitał zapasowy. Patrz Nota 5 „Połączenie jednostek gospodarczych”.

Struktura akcjonariatu na dzień 31 grudnia 2022 r. i 31 grudnia 2021 r. została przedstawiona w poniższej tabeli:

Nazwa	Właściciel najwyższego szczebla	31.12.2022		31.12.2021	
		Liczba akcji	Udział % w kapitale zakładowym	Liczba akcji	Udział % w kapitale zakładowym
Cidinan S.à r.l.	Cinven	286 778 572	27,13%	286 778 572	28,03%
Permira VI Investment Platform Limited	Permira	286 778 572	27,13%	286 778 572	28,03%
Mepinan S.à r.l.	Mid Europa Partners	63 728 574	6,03%	63 728 574	6,23%
Pozostali akcjonariusze	n/d	419 619 135	39,70%	385 970 096	37,72%
Razem		1 056 904 853	100%	1 023 255 814	100%

Od momentu powstania Jednostki Dominującej w 2020 r. najwięksi indywidualni akcjonariusze Grupy należą do funduszy inwestycyjnych private equity: Cinven, Permira i Mid Europa Partners (razem „Akcjonariusze Najwyższego Szczebla”).

Na dzień 31 grudnia 2022 roku i 31 grudnia 2021 roku spółka Allegro.eu S.A. nie posiadała zysków do wypłaty.

27.2. Płatności w formie akcji

Liczba przyznanych akcji oraz cena akcji w dniu przyznania są podane w PLN, a nie w tys. PLN.

PROGRAM MOTYWACYJNY ALLEGRO („AIP”)

W roku 2020 Grupa przyjęła Program Motywacyjny Allegro. AIP jest programem uznaniowym, w ramach którego Komitet Wynagrodzeń i Nominacji Rady Dyrektorów Grupy może, wedle własnego uznania, przyznawać pracownikom Grupy świadczenie w formie ekwiwalentów akcji za wyniki („PSU”) i w postaci ekwiwalentów akcji o ograniczonej zbywalności („RSU”).

Nagrody w programie AIP mogą być przyznawane w formie jednostek PSU lub RSU, które dają uczestnikom prawo do bezpłatnego otrzymania akcji po upływie okresu nabywania uprawnień z tytułu świadczenia pracy, a w przypadku jednostek PSU – pod warunkiem spełnienia określonych warunków dotyczących wyników Grupy. Regulamin programu AIP przewiduje również możliwość przyznawania nagród w innej formie przez Komitet Wynagrodzeń i Nominacji. Nagrody są z reguły przyznawane w okresie sześciu tygodni po ogłoszeniu przez Grupę wyników rocznych. Niemniej Komitet Wynagrodzeń i Nominacji może wedle własnego uznania przyznawać nagrody także w innych terminach.

Warunek nabycia uprawnień z tytułu świadczenia pracy (dla jednostek RSU i PSU) oraz warunki dotyczące wyników nierynkowych (dla jednostek PSU) są uwzględniane przy obliczaniu liczby nagród, do których zostaną nabyte uprawnienia. Grupa dokonuje okresowej oceny liczby nagród, w stosunku do których oczekuje się nabycia uprawnień, co wpływa na całkowity koszt programu AIP, który jest ujmowany w okresie nabywania uprawnień. Korekty te wynikają głównie z wahań liczby jednostek przyznanych w ramach programu AIP, związanych ze zmianami liczby zatrudnienia.

Grupa dokonała oceny, że dla kolejnych nagród, jakie mogą być przyznane do 2030 roku data rozpoczęcia świadczenia usług lub data przyznania jeszcze nie nastąpiła, ponieważ program jest uznaniowy i może zostać przez Komitet Wynagrodzeń i Nominacji anulowany.

Świadczenie w postaci Ekwiwalentów akcji za wyniki („PSU”)

Świadczenie w postaci ekwiwalentów akcji za wyniki jest przeznaczone dla Kluczowych Dyrektorów Grupy. Program rozpoczął się w kwietniu 2021 r. i może trwać do września 2030 r. Co roku uczestnicy uzyskują warunkowe prawo do otrzymania ustalonej wcześniej liczby akcji po 3-letnim okresie, w zależności od stopnia realizacji ustalonych wcześniej celów w zakresie skumulowanego GMV i Skorygowanej EBITDA. Ostateczna liczba uzyskanych akcji zależy od realizacji tych wskaźników, i mieści się w zakresie od 0% do 200% warunkowo przyznanych akcji. Zysk uczestnika uzależniony jest zarówno od liczby ostatecznie przyznanych akcji, jak i od zmian ceny akcji w 3-letnim okresie pomiaru wyników. Cena akcji nie jest warunkiem dotyczącym wyników.

Początkowo wartość celu indywidualnego w PLN dzielona jest przez cenę akcji, aby określić warunkową liczbę akcji otrzymanych po okresie rozliczeniowym. W odniesieniu do PSU, uprawnienia do jednostek nabywane są w trzecią rocznicę daty ich przyznania, o ile spełnione zostaną odpowiednie warunki dotyczące wyników oraz wszelkie inne warunki nabycia uprawnień do jednostek. Ujęcie szacunkowych kosztów programu odzwierciedla zakładany w Programie PSU profil nabywania uprawnień do 25%, 25% i 50% jednostek, odpowiednio w pierwszą, drugą i trzecią rocznicę Daty Przyznania. W przypadku odejścia pracownika uprawnionego do otrzymania jednostek PSU przed upływem 36-miesięcznego okresu nabywania uprawnień otrzyma on jednostki nabyte proporcjonalnie do okresu świadczenia pracy w odniesieniu do okresów nabywania uprawnień. Akcje zostaną przekazane dopiero w trzecią rocznicę Daty Przyznania, a w przypadku osób odchodzących każda jednostka jest ograniczona do maksymalnie jednej akcji na jednostkę, nawet jeżeli Grupa przekroczyła swoje kryteria dotyczące wyników w odniesieniu do PSU.

Ekwiwalenty akcji o ograniczonej zbywalności ("RSU")

Świadczenie w postaci ekwiwalentów akcji o ograniczonej zbywalności jest przeznaczone dla pracowników innych niż Kluczowi Dyrektorzy Grupy. Program rozpoczął się w kwietniu 2021 r. i może trwać do września 2030 r.

Ujęcie szacunkowych kosztów programu odzwierciedla zakładany w Programie RSU profil nabywania uprawnień do 25%, 25% i 50% jednostek, odpowiednio w pierwszą, drugą i trzecią rocznicę Daty Przyznania.

Jednostki RSU nie podlegają żadnym warunkom dotyczącym realizacji określonych celów. W przypadku odejścia posiadacza jednostek RSU z pracy przed końcem okresu nabywania uprawnień wszystkie akcje, do których mają zostać nabyte uprawnienia w przyszłych datach nabywania uprawnień, przepadają.

Komitet Wynagrodzeń i Nominacji Rady Dyrektorów Allegro.eu przyznał Ekwiwalenty akcji o ograniczonej zbywalności oraz Ekwiwalenty akcji za wyniki, jak opisano poniżej:

Data przyznania	Cena akcji Allegro.eu w dacie przyznania [nie w tys.]	Koniec ostatniego okresu nabywania uprawnień	profil nabywania uprawnień	Jednostki PSU		Jednostki RSU	
				liczba przyznanych akcji	wartość w dacie przyznania	liczba przyznanych akcji	wartość w dacie przyznania
01.04.2021	56 06	01.04.2024	25/25/50	320 870	18 474	717 027	34 870
01.10.2021	58 09	01.04.2024	25/25/50	9 835	626	21 460	1 109
01.12.2021	38 48	01.04.2024	25/25/50	—	—	13 858	690
Razem w 2021 r.				330 705	19 100	752 345	36 669
11.04.2022	28 36	01.04.2025	25/25/50	742 135	15 939	2 499 820	56 273
04.03.2022	26 31	01.04.2025	monthly	—	—	427 419	10 106
05.07.2022	22 82	01.04.2024	0/100	365 562	6 326	—	—
05.07.2022	22 82	01.04.2024	25/25/50	—	—	355 336	7 339
30.09.2022	21 55	01.04.2025	25/25/50	—	—	330 525	5 875
01.10.2022	21 55	01.04.2025	25/25/50	—	—	132 041	2 365
Razem w 2022 r.				1 107 697	22 265	3 745 141	81 958

Wartość godziwa nagród na dzień przyznania jest ustalana na podstawie ceny zamknięcia akcji Allegro.eu notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie w dacie przyznania.

Łączna wartość wynagrodzenia opartego na akcjach w formie jednostek PSU, które zostanie ujęte do dnia nabycia uprawnień, w oparciu o 1 243 735 jednostek PSU, została oszacowana na dzień 31 grudnia 2022 r. na kwotę 20 147 PLN (7 913 PLN na dzień 31 grudnia 2021 r.). Szacunek ten opiera się na wartości godziwej akcji Grupy ustalonej na dzień przyznania, szacunkowej liczbie nagród, do których uprawnienia zostaną nabyte, oraz bieżących szacunkach dotyczących realizacji ustalonych celów, które mogą skutkować wyemitowaniem od 0 do 2 akcji zwykłych w momencie nabycia uprawnień dla każdej przyznanej jednostki PSU.

W roku zakończonym 31 grudnia 2022 roku w pozostałych kapitałach rezerwowych ujęto 13 554 PLN kosztów związanych z Programem PSU, a na dzień 31 grudnia 2021 r. wartość ta wyniosła 7 112 PLN.

Łączna wartość wynagrodzenia opartego na akcjach w formie jednostek RSU, które zostanie ujęte do dnia nabycia uprawnień, w oparciu o 3 790 445 jednostek RSU, została oszacowana na dzień 31 grudnia 2022 r. na kwotę 49 040 PLN (18 177 PLN na dzień 31 grudnia 2021 r.). Szacunek ten opiera się na wartości godziwej akcji Grupy ustalonej na datę przyznania, przy czym jedna jednostka RSU odpowiada jednej akcji zwykłej, skorygowanej o szacunkową liczbę nagród, do których uprawnienia zostaną nabyte.

W roku zakończonym 31 grudnia 2022 roku w pozostałych kapitałach rezerwowych ujęto 44 376 PLN kosztów związanych z Programem RSU, a na dzień 31 grudnia 2021 r. wartość ta wyniosła 12 594 PLN. Pracownicy uprawnieni do otrzymania wynagrodzenia w formie akcji w ramach Programu RSU zostali poinformowani o kluczowych warunkach Programu RSU w dacie przyznania, stąd dni rozpoczęcia świadczenia pracy pokrywają się z datą przyznania.

W roku zakończonym 31 grudnia 2022 r. jednostki PSU o wartości 8 342 PLN i jednostki RSU o wartości 4 275 PLN zostały przeniesione z pozostałych kapitałów rezerwowych do kapitału zapasowego, po zakończeniu pierwszego okresu nabywania uprawnień w ramach programu AIP.

Poniższa tabela przedstawia wszystkie nierozliczone akcje w ramach programów motywacyjnych wprowadzonych przez Grupę:

	Liczba przyznanych akcji		
	Jednostki PSU	Jednostki RSU	Jednostki FSA
Stan na 01.01.2021	226 841	—	589 956
Nowo przyznane jednostki	9 835	752 345	—
Ponowna ocena liczby nagród pomiędzy datą rozpoczęcia świadczenia usług a datą przyznania	94 029	—	—
Utracone	(44 336)	(105 039)	—
Wykonane	—	—	(589 024)
Stan na 31.12.2021	286 369	647 306	932
Nowo przyznane jednostki	1 107 697	3 745 141	—
Utracone	(150 331)	(265 089)	—
Wykonane	—	(336 913)	(932)
Stan na 31.12.2022	1 243 735	3 790 445	—

Na dzień 31 grudnia 2022 r. Grupa posiadała 36 392 jednostki PSU do których nabyto uprawnienia (2021: brak), które zgodnie z zasadami programu AIP zostaną przekazane pracownikom po zakończeniu ostatniego okresu nabywania uprawnień do danej nagrody.

Kiedy w grudniu 2020 roku (tj. w dniu rozpoczęcia świadczenia pracy) kluczowe kierownictwo Grupy zostało poinformowane o szczegółowych zasadach programu AIP, Grupa oszacowała wstępnie zdefiniowaną liczbę akcji, które miały zostać przyznane w ramach programu w kwietniu 2020 roku i potraktowała je jako już przyznane w roku 2020. Biorąc pod uwagę, że liczba przyznanych jednostek obliczana jest poprzez podzielenie indywidualnych wartości docelowych przez średnią ważoną cenę akcji, rzeczywista liczba jednostek przyznanych w kwietniu 2021 r. była wyższa niż zakładano w dniu rozpoczęcia świadczenia pracy. Wynikająca z tego korekta liczby przyznanych jednostek została uwzględniona w jednostkach przyznanych na rok 2021. Koszty pierwszego przyznania jednostek były zatem naliczane od zakładanej daty rozpoczęcia pracy w grudniu 2020 roku.

Na dzień 31 grudnia 2022 r. łączna liczba jednostek przyznanych i niezrealizowanych z tytułu programów PSU i RSU wynosiła odpowiednio 1 243 735 i 3 790 445 (2021 r.: 286 369 i 647 306), a łączna kwota kosztów programu, które zostały odniesione na Pozostałe kapitały rezerwowe wyniosła 67 910 (2021 r.: 19 707).

NAGRODY W POSTACI BEZPŁATNYCH AKCJI („FSA”)

W dniu 6 października 2021 r. Grupa wypełniła swoje zobowiązania w zakresie realizacji nagród w postaci bezpłatnych akcji poprzez przeniesienie 589 024 akcji będących w posiadaniu jednostki Employee Benefit Trust. Akcje te podlegały rocznemu zakazowi zbywania, który wygaś w rocznicę przeprowadzenia IPO, 12 października 2021 r. Na dzień 31 grudnia 2022 r. Grupa nie ma żadnych zobowiązań wynikających z nierozliczonych akcji w ramach FSA, z wyjątkiem zatrzymania 932 akcji, do których nabyto uprawnienia, które zostały rozproszane przez Grupę w 2022 r.

27.3. Akcje własne

Akcje własne to akcje własne Grupy, które są przechowywane przez Employee Benefit Trust („EBT”) w celu dystrybucji akcji dla pracowników Grupy w ramach Programu Motywacyjnego Allegro (więcej informacji przedstawiono w Nocie 27.2). Akcje posiadane przez EBT, które na koniec okresu sprawozdawczego nie zostały jeszcze wydane pracownikom, zostały przedstawione w sprawozdaniu finansowym jako akcje własne. Akcje własne są ujmowane według ceny nabycia zgodnie z metodą „pierwsze przyszło-pierwsze wyszło”.

Employee Benefit Trust jest jednostką strukturyzowaną o z góry określonym profilu działalności i dlatego, mimo że Grupa nie posiada bezpośrednich udziałów w tej jednostce, to na podstawie ustaleń umownych sprawuje ona faktyczną kontrolę nad odpowiednimi działaniami EBT, w związku z czym EBT jest również objęta konsolidacją. Trust został powołany w celu administrowania swoimi aktywami na rzecz pracowników Grupy i działa jako podmiot ułatwiający realizację programów wynagrodzeń w formie akcji Grupy oraz jako podmiot rozporządzający przyznanymi nagrodami.

W dniu 7 października 2021 r. 589 024 Akcji Własnych zostało przekazanych pracownikom, którym przyznano akcje zwykłe z okazji IPO Grupy, a w Grupie pozostało 810 829 Akcji Własnych będących w posiadaniu EBT na dzień 31 grudnia 2021 r.

W kwietniu 2022 r. Grupa przekazała swoim pracownikom 336 913 jednostek RSU. W rezultacie na dzień 31 grudnia 2022 r. Grupa była w posiadaniu 486 062 akcji o wartości 1 200 PLN.

Akcje Własne mają być wykorzystane do rozliczenia programu nagród dla pracowników prowadzonego obecnie przez Grupę. Akcje wykorzystane przez Trust do rozliczenia programu zostały pierwotnie nabyte od głównych akcjonariuszy Allegro.

NOTY DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH

28. Informacje o przepływach pieniężnych

28.1 Niepieniężna działalność inwestycyjna i finansowa

Transakcje inwestycyjne i finansowe, które nie wymagają wykorzystania środków pieniężnych lub ich ekwiwalentów, są następujące:

	31.12.2022	31.12.2021
Zobowiązania leasingowe / Aktywa z tytułu prawa do użytkowania	(369 047)	(199 255)
Razem	(369 047)	(199 255)

28.2. Uzgodnienie kredytów i pożyczek oraz leasingu

Poniższy punkt zawiera analizę zmian stanu zobowiązań z tytułu kredytów i pożyczek oraz leasingu i instrumentów pochodnych dla każdego z prezentowanych okresów.

Zobowiązania z działalności finansowej	Leasing	Kredyty i pożyczki	Zobowiązania finansowe będące instrumentami pochodnymi ^[1]	Razem
Stan na 01.01.2022	(251 142)	(5 366 298)	(12 610)	(5 630 050)
Kapitał splecony	82 130	888 892	—	971 022
Odsetki zapłacone	23 314	483 251	—	506 565
Zaciągnięcie kredytów i pożyczek	—	(1 500 000)	—	(1 500 000)
Zapłacona prowizja za dostępność kredytu odnawialnego	—	3 777	—	3 777
Zapłacona prowizja za udzielenie kredytu	—	14 000	—	14 000
Rozliczenie instrumentów zabezpieczających ^[1]	—	—	16 827	16 827
Zrealizowane różnice kursowe	—	(7 926)	—	(7 926)
Zmiany stanu środków pieniężnych	105 444	(118 006)	16 827	4 265
Odsetki naliczone	(23 314)	(484 957)	—	(508 271)
Naliczona prowizja za dostępność kredytu odnawialnego	—	(4 234)	—	(4 234)
Zysk/(strata) z zabezpieczenia przepływów pieniężnych	—	—	(4 441)	(4 441)
Zwiększenia (nowe umowy leasingu)	(369 047)	—	—	(369 047)
Zmniejszenia	3 284	—	—	3 284
Połączenie jednostek gospodarczych	(150 949)	(380 966)	—	(531 915)
Różnice kursowe	(9 060)	—	—	(9 060)
Modyfikacja umowy leasingowej	4 342	—	—	4 342
Aktualizacja wartości kredytów i pożyczek	—	(58 156)	—	(58 156)
Wycena kredytów i pożyczek	—	(43 106)	—	(43 106)
Przeklasyfikowanie z pozostałych aktywów finansowych	—	2 149	—	2 149
Inne	260	48	—	308
Zmiana stanu pozycji niepieniężnych	(544 483)	(969 223)	(4 441)	(1 518 147)
Stan na 31.12.2022	(690 181)	(6 453 527)	(224)	(7 143 932)

[1] pozostała kwota w Skonsolidowanym Sprawozdaniu z Przepływów Pieniężnych stanowi rozliczenie aktywów stanowiących zabezpieczające instrumenty pochodne

Zobowiązania z działalności finansowej	Leasing	Kredyty i pożyczki	Zobowiązania finansowe będące instrumentami pochodnymi ^[1]	Razem
Stan na 01.01.2021	(73 266)	(5 437 800)	(97 298)	(5 608 364)
Kapitał splecony	31 063	—	—	31 063
Odsetki zapłacone	4 982	124 565	—	129 547
Zapłacona prowizja za dostępność kredytu odnawialnego	—	2 973	—	2 973
Rozliczenie instrumentów zabezpieczających	—	—	61 802	61 802
Zmiany stanu środków pieniężnych	36 045	127 538	61 802	225 385
Odsetki naliczone	(4 982)	(124 565)	—	(129 547)
Naliczona prowizja za dostępność kredytu odnawialnego	—	(3 289)	—	(3 289)
Naliczony instrument zabezpieczający stopę procentową	—	1 036	—	1 036
Naliczona prowizja za udzielenie kredytu	—	(3 000)	—	(3 000)
Zysk/(strata) z zabezpieczenia przepływów pieniężnych	—	—	231 614	231 614
Przeniesienie z pozycji zobowiązań z tytułu instrumentów pochodnych do pozycji aktywów z tytułu instrumentów pochodnych	—	—	(216 995)	(216 995)
Zwiększenia (nowe umowy leasingu)	(199 255)	—	—	(199 255)
Różnice kursowe	659	—	—	659
Modyfikacja umowy leasingowej	(11 656)	—	—	(11 656)
Aktualizacja wartości kredytów i pożyczek	—	105 927	—	105 927
Wycena kredytów i pożyczek	—	(32 145)	—	(32 145)
Inne	1 313	—	8 268	9 581
Zmiana stanu pozycji niepieniężnych	(213 921)	(56 036)	22 887	(247 070)
Stan na 31.12.2021	(251 142)	(5 366 298)	(12 610)	(5 630 050)

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu zgodna z wymogami ESEF i dostępna na stronie www.allegro.eu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

28.3. Zmiany stanu kapitału obrotowego netto

Zmiany stanu kapitału obrotowego netto przedstawiono poniżej:

Zmiany stanu należności handlowych i pozostałych należności oraz rozliczeń międzyokresowych czynnych	31.12.2022	31.12.2021
Należności i rozliczenia międzyokresowe czynne – saldo bieżącego okresu	1 441 493	914 830
Należności i rozliczenia międzyokresowe czynne – saldo poprzedniego okresu	(914 830)	(682 907)
Salda nabyte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych – XPC, SCB	—	(4 628)
Salda nabyte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych – Mall i WE DO	(177 651)	—
Należności z tytułu swapa stóp procentowych	(15 420)	—
Inne	(13 113)	(458)
Różnice kursowe	(3 352)	—
Zmiany razem	317 127	226 837

Zmiany stanu zapasów	31.12.2022	31.12.2021
Zapasy – saldo bieżącego okresu	496 620	43 995
Zapasy – saldo poprzedniego okresu	(43 995)	(24 619)
Salda nabyte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych – Mall i WE DO	(410 173)	—
Salda nabyte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych – XPC, SCB	—	(24)
Różnice kursowe	(7 746)	—
Zmiany razem	34 707	19 352

Zmiany stanu pożyczek konsumenckich	31.12.2022	31.12.2021
Pożyczki konsumenckie – saldo bieżącego okresu	366 876	358 785
Pożyczki konsumenckie – saldo poprzedniego okresu	(358 785)	(51 972)
Zmiany razem	8 091	306 813

Zmiana stanu zobowiązań handlowych i pozostałych	31.12.2022	31.12.2021
Zobowiązania – saldo bieżącego okresu	1 981 283	903 755
Zobowiązania – saldo poprzedniego okresu	(903 755)	(557 629)
Salda nabyte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych – Mall	(523 948)	—
Salda nabyte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych – XPC, SCB	—	(10 087)
Zmiana stanu zobowiązań z tytułu nakładów inwestycyjnych	30 986	(42 929)
Inne	2 288	561
Różnice kursowe	(9 896)	—
Zmiany razem	576 958	293 671

Zmiana stanu zobowiązań wobec pracowników	31.12.2022	31.12.2021
Zobowiązania wobec pracowników – saldo bieżącego okresu	155 359	113 377
Zobowiązania wobec pracowników – saldo poprzedniego okresu	(113 377)	(154 298)
Zyski/(straty) aktuarialne – saldo bieżącego okresu	322	(1 728)
Zyski/(straty) aktuarialne – saldo poprzedniego okresu	1 728	938
Zyski/(straty) aktuarialne – podatek odroczone	—	(205)
Salda nabyte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych – Mall	(42 960)	—
Salda nabyte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych – XPC, SCB	—	(89)
Różnice kursowe	(812)	—
Zmiany razem	259	(42 005)

RYZYKA

29. Istotne szacunki i osądy księgowe

Sporządzenie sprawozdania finansowego wymaga dokonania pewnych istotnych szacunków księgowych. Wymaga również od kierownictwa dokonywania osądów w procesie stosowania zasad rachunkowości Grupy. Szacunki i osądy księgowe poddawane są systematycznej weryfikacji. Wynikające z dotychczasowych doświadczeń oraz innych czynników, w tym przewidywań co do przyszłych zdarzeń, które w danej sytuacji wydają się zasadne.

Na podstawie przyjętych założeń Grupa dokonuje szacunków dotyczących przyszłości. Opracowane na tej podstawie szacunki księgowe będą, z definicji, rzadko równe wynikom faktycznym.

Grupa oceniła wpływ Covid-19 i sytuacji geopolitycznej na Ukrainie na działalność Grupy oraz na wyniki przedstawione w niniejszym Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym i doszła do wniosku, że potencjalny wpływ tych zdarzeń nie jest istotny. Grupa przeprowadziła analizę pod kątem oczekiwanych strat kredytowych oraz utraty wartości firmy.

Poniżej omówione zostały szacunki i osądy księgowe, co do których istnieje znaczące ryzyko spowodowania istotnych korekt wartości bilansowej aktywów i zobowiązań w trakcie kolejnego roku obrotowego.

29.1. Szacowana utrata wartości firmy

Wartość firmy powstaje w związku z połączeniem jednostek gospodarczych i nie podlega amortyzacji, lecz corocznie jest poddawana testom pod kątem możliwej utraty wartości, lub części, jeżeli występują przesłanki utraty wartości. W celu przeprowadzenia testu na utratę wartości, wartość firmy jest alokowana do ośrodków wypracowujących środki pieniężne lub grup ośrodków wypracowujących środki pieniężne, które według oczekiwań będą czerpać korzyści z synergii wynikających z połączenia jednostek gospodarczych, przy czym ośrodek wypracowujący środki pieniężne (lub grupa ośrodków wypracowujących środki pieniężne) nie może być większy niż segment operacyjny.

Utrata wartości występuje, gdy wartość bilansowa danego składnika aktywów lub ośrodka wypracowującego środki pieniężne przewyższa jego wartość odzyskiwalną. Testy na utratę wartości zostały przeprowadzone na dzień 31 grudnia 2022 r. i 31 grudnia 2021 r., a także na dzień 30 września 2022 r. w odniesieniu do wszystkich ośrodków wypracowujących środki pieniężne zidentyfikowanych po przejęciu Grupy Mall i WE|DO.

Wartość firmy rozpoznana przez Grupę i wykazana w sprawozdaniu z sytuacji finansowej powstała w wyniku nabycia udziałów Grupy Allegro sp. z o.o. przez Allegro sp. z o.o., Ceneo sp. z o.o. przez Ceneo.pl sp. z o.o., eBilet Polska sp. z o.o., Opennet sp. z o.o., X-press Couriers sp. z o.o. i SkyNet Customs Brokers sp. z o.o. oraz przejęcia Grupy Mall i WE|DO, opisanego w Nocie 5.

Na dzień 31 grudnia 2022 r. łączna wartość firmy w wysokości 8 750 198 PLN, powstałej w wyniku akwizycji, jest efektem poprawy pozycji konkurencyjnej, oszczędności w zakresie kosztów operacyjnych i/lub dostępu do nowych rynków, które przynoszą oczekiwane przyszłe korzyści w postaci szacowanych przepływów pieniężnych, które można przypisać do przejętych podmiotów lub nowych obszarów rynkowych, które obsługują. Żadna część rozpoznanej wartości firmy nie będzie podlegała odliczeniu dla celów podatku dochodowego.

Dla celów testów na utratę wartości niefinansowych aktywów trwałych Grupa zidentyfikowała oddzielne ośrodki wypracowujące środki pieniężne: Allegro, Ceneo i eBilet (test na utratę wartości firmy powstałej przy przejęciu każdego z tych podmiotów) i przeprowadziła analizę utraty wartości aktywów na koniec roku zakończony 31 grudnia 2022 r. i 31 grudnia 2021 r.

Po sfinalizowaniu transakcji przejęcia opisanej w Nocie 5 Grupa przypisała nabyte aktywa netto do czterech ośrodków wypracowujących środki pieniężne: Mall North, Mall South, CZC i WE|DO. Testy na utratę wartości w odniesieniu do wartości firmy powstałej w wyniku tego przejęcia są przeprowadzane na poziomie segmentu operacyjnego Mall jako całości i zostały zakończone 30 września 2022 r. w związku ze zidentyfikowaniem przesłanek utraty wartości. Przesłanki utraty wartości stwierdzone w odniesieniu do segmentu operacyjnego Mall nie mają zastosowania do innych ośrodków wypracowujących środki pieniężne określonych przez Grupę. Wyniki przeprowadzonego testu wykazały znaczną nadwyżkę wartości odzyskiwalnej nad wartością bilansową aktywów poddanych testowi, ponieważ działalność skupiona w tych ośrodkach wypracowujących środki pieniężne prowadzona jest w różnych modelach biznesowych i lokalizacjach geograficznych.

Ośrodek wypracowujący środki pieniężne jest najmniejszym możliwym do określenia zespołem aktywów generującym wpływy pieniężne w znacznym stopniu niezależne od wpływów pieniężnych pochodzących z innych aktywów lub grup aktywów.

Ośrodki wypracowujące środki pieniężne, do których została przypisana wartość firmy w celu przeprowadzenia testu na utratę wartości, zostały przedstawione w poniższej tabeli:

Poziom, na którym przeprowadzany jest test na utratę wartości	Allegro	Ceneo	eBilet	Mall			
Wartość firmy na dzień przejęcia	8 178 831	441 801	48 937	2 270 275			
Wartość firmy na dzień 31 grudnia 2021 r.	8 178 831	441 801	48 937	n/d			
Wartość firmy na dzień 31 grudnia 2022 r.	8 178 831	441 801	48 937	80 629			
Ośrodek wypracowujący środki pieniężne	Allegro	Ceneo	eBilet	Mall North	Mall South	CZC	WE DO
Segment sprawozdawczy	Allegro	Ceneo	Inne	Mall			
Podmioty	Allegro sp. z o.o. Allegro Pay sp. z o.o. Opennet.pl sp. z o.o. SkyNet Customs Brokers sp. z o.o. Allegro Finance sp. z o.o.	Ceneo.pl sp. z o.o.	eBilet Polska sp. z o.o.	Mall Group a.s. Internet Mall a.s. Internet Mall Hungary Kft. Internet Mall Slovakia s.r.o. m-HU Internet Kft. E-commerce Holding a.s. AMG Media a.s. Ulozenka s.r.o. Digital Engines s.r.o. v likwidacji Rozbaleno.cz s.r.o. v likwidacji	Mimovrste d.o.o. Internet Mall d.o.o.	CZC.cz s.r.o.	WE DO CZ s.r.o. WE DO SK s.r.o.

Wartość użytkowa (Allegro, Ceneo, eBilet)

Wartości odzyskiwalne ośrodków wypracowujących środki pieniężne innych niż Mall North, Mall South, CZC i WE|DO zostały ustalone poprzez obliczenie wartości użytkowej.

W obliczeniach wykorzystano zdyskontowane przepływy pieniężne przed opodatkowaniem na podstawie dotychczasowych wyników oraz oczekiwań kierownictwa co do rozwoju rynku w ciągu kolejnych pięciu lat, z uwzględnieniem wartości końcowej. Wyniki testów dla wszystkich trzech ośrodków wypracowujących środki pieniężne nie wykazały utraty wartości na dzień 31 grudnia 2022 r. i 31 grudnia 2021 r.

Prognozy przepływów środków pieniężnych użyte przez Grupę do wyliczenia wartości użytkowej sporządzane są na podstawie budżetów i planów finansowych zatwierdzonych przez członków Rady Dyrektorów Grupy. Prognozy wykonywane są przy użyciu kilku kluczowych założeń. Grupa zamierza rosnąć dzięki zwiększaniu udziału kupujących wśród osób odwiedzających oraz na wzroście wartości sprzedaży brutto (GMV) na jednego kupującego, koncentrując się na podstawach handlu detalicznego, czyli na cenie, asortymencie i dostawie, poprawiając możliwość znalezienia towaru oraz dokonania zwrotu.

W poprzednim roku Grupa wdrożyła plany poprawy funkcji i usług o wartości dodanej, w tym pożyczek, aby zwiększyć akwizycję i zaangażowanie klientów. Prognozowana roczna stopa wzrostu przychodów i EBITDA zostały ustalone na podstawie przewidywanego rozwoju polskiego rynku sprzedaży internetowej, zwiększonego udziału Allegro w rynku, skutecznych strategii reklamowych oraz dalszego rozwoju usług logistycznych. Przepływy pieniężne wykraczające poza okres prognozy są ekstrapolowane przy użyciu szacowanych stóp wzrostu, które są zgodne z prognozami zawartymi w raportach branżowych dotyczących branży, w której działa każdy ośrodek wypracowujący środki pieniężne.

Stopa dyskontowa przed opodatkowaniem odzwierciedla specyficzne ryzyko związane z danym segmentem i krajami, w których prowadzi on działalność.

Kluczowe założenia zastosowane do obliczenia wartości odzyskiwalnej były następujące:

Allegro	31.12.2022	31.12.2021
Średnioroczna stopa wzrostu przychodów w okresie prognozy	20,14%	24,30%
Średnioroczny wzrost/(spadek) marży EBITDA w okresie prognozy	(0,08) ppt	0,15 ppt
Stopa wzrostu poza okresem prognozy (wraz z inflacją)	2,50%	2,50%
Stopa dyskonta (przed opodatkowaniem)	16,65%	10,80%

Ceneo	31.12.2022	31.12.2021
Średnioroczna stopa wzrostu przychodów w okresie prognozy	15,66%	20,63%
Średnioroczny wzrost/(spadek) marży EBITDA w okresie prognozy	(1,49) ppt	(0,69) ppt
Stopa wzrostu poza okresem prognozy (wraz z inflacją)	2,50%	2,50%
Stopa dyskonta (przed opodatkowaniem)	16,65%	10,80%

eBilet	31.12.2022	31.12.2021
Średnioroczna stopa wzrostu przychodów w okresie prognozy	13,86%	43,46%
Średnioroczny wzrost/(spadek) marży EBITDA w okresie prognozy	1,32 ppt	4,84 ppt
Stopa wzrostu poza okresem prognozy (wraz z inflacją)	2,50%	2,50%
Stopa dyskonta (przed opodatkowaniem)	16,10%	11,50%

Przyszłe przepływy pieniężne netto ośrodka wypracowującego środki pieniężne opierają się na kluczowych założeniach przedstawionych powyżej, z których każde obciążone jest w pewnym stopniu niepewnością.

Analiza wrażliwości powyższych założeń wykazała, że Grupa rozpoznałaby utratę wartości przy następujących zmianach jednego z głównych założeń:

Allegro	31.12.2022	31.12.2021
Spadek stopy wzrostu (CAGR) przychodów o:	2,40 ppt	3,00 ppt
Spadek rocznej marży EBITDA o:	8,39 ppt	17,27 ppt
Spadek krańcowej stopy wzrostu o:	16,63 ppt	20,62 ppt
Wzrost stopy dyskonta przed opodatkowaniem o:	7,83 ppt	10,36 ppt

Ceneo	31.12.2022	31.12.2021
Spadek stopy wzrostu (CAGR) przychodów o:	3,13 ppt	5,25 ppt
Spadek rocznej marży EBITDA o:	10,50 ppt	18,15 ppt
Spadek krańcowej stopy wzrostu o:	19,76 ppt	58,80 ppt
Wzrost stopy dyskonta przed opodatkowaniem o:	6,70 ppt	17,73 ppt

eBilet	31.12.2022	31.12.2021
Spadek stopy wzrostu (CAGR) przychodów o:	7,38 ppt	0,80 ppt
Spadek rocznej marży EBITDA o:	25,53 ppt	11,00 ppt
Spadek krańcowej stopy wzrostu o:	251,1 ppt	10,90 ppt
Wzrost stopy dyskonta przed opodatkowaniem o:	18,57 ppt	6,79 ppt

Według kierownictwa nie występują uprawdopodobnione przesłanki, mogące spowodować osiągnięcie wyników biznesowych podobnych lub gorszych, niż te pokazane w analizie wrażliwości dla Allegro, Ceneo i eBilet na dzień 31 grudnia 2022 r. oraz na 31 grudnia 2021 r., skutkujących istotną utratą wartości.

Wartość godziwa pomniejszona o koszty doprowadzenia do sprzedaży (Mall)

W dniu 1 kwietnia 2022 r. Grupa zakończyła transakcję przejęcia Grupy Mall i WE|DO, opisaną szczegółowo w Nocie 5. W wyniku tej transakcji dokonano alokacji nabytych aktywów netto do czterech ośrodków wypracowujących środki pieniężne: Mall North, Mall South, CZC i WE|DO; stanowią one najmniejszą możliwą do zidentyfikowania grupę aktywów, które mogą generować w dużej mierze niezależne wpływy pieniężne. Wartość firmy powstała w wyniku tej transakcji jest monitorowana na potrzeby zarządzania wewnętrznego na poziomie segmentu operacyjnego „Mall” (obejmującego wszystkie cztery ośrodki wypracowujące środki pieniężne), jak przedstawiono w Nocie 8, w związku z czym jest testowana pod kątem utraty wartości na tym właśnie poziomie agregacji.

Na dzień 30 września 2022 r. Grupa zidentyfikowała okoliczności wskazujące na możliwość utraty wartości bilansowej przejętych aktywów w segmencie operacyjnym Mall. Główne przesłanki wskazujące na utratę wartości to znaczący i trwały wzrost kosztów kapitału własnego i finansowania zewnętrznego oraz poważne pogorszenie sytuacji w otoczeniu gospodarczym, w wyniku którego wyniki przejętych podmiotów są znacznie gorsze niż oczekiwano. Podobne spółki z sektora e-commerce notowane na giełdzie doświadczyły znaczącego i trwałego spadku wyceny.

Grupa planuje restrukturyzację działalności Mall poprzez przejście z modelu 1P na model 3P, w związku z czym wartość odzyskiwalna przejętych aktywów w segmencie operacyjnym „Mall” została ustalona na podstawie „wartości godziwej pomniejszonej o koszty doprowadzenia do sprzedaży” z zastosowaniem modelu zdyskontowanych przepływów pieniężnych. Ponieważ restrukturyzacja jest nadal w toku, wartość odzyskiwalna obliczona metodą wartości użytkowej, bez uwzględnienia przewidywanych zmian w działalności, daje niższą kwotę. Grupa nie jest jeszcze zobowiązana, zgodnie z MSR 37, do uwzględnienia kosztów i korzyści związanych z restrukturyzacją, dlatego nie można ich ująć w kalkulacji wartości użytkowej.

Wycena do wartości godziwej jest klasyfikowana na poziomie 3 w hierarchii wartości godziwej. Do wyceny wykorzystuje się prognozy przepływów pieniężnych oparte na modelach finansowych zatwierdzonych przez Radę Dyrektorów, obejmujące dziesięcioletni okres odzyskiwania przepływów pieniężnych, odpowiadający okresowi niezbędnemu do zakończenia restrukturyzacji przejętej działalności i ustabilizowania przyszłych przepływów pieniężnych.

Łączna wartość bilansowa przejętych niefinansowych aktywów trwałych (w tym wartości firmy) w segmencie operacyjnym „Mall” wyniosła 4 072 068 PLN na dzień przeprowadzenia testu na utratę wartości – 30 września 2022 r., w porównaniu z szacowaną wartością odzyskiwalną wynoszącą 1 779 068 PLN, co spowodowało ujęcie odpisu z tytułu utraty wartości w wysokości 2 293 000 PLN. Odpis z tytułu utraty wartości został w całości przypisany do Wartości firmy (nie stwierdzono utraty wartości na poziomie każdego z czterech ośrodków wypracowujących środki pieniężne, przed przeprowadzeniem testu na utratę wartości dla grupy tych ośrodków) i zaprezentowany w Skonsolidowanym Sprawozdaniu z Całkowitych Dochodów w pozycji „Odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych”.

Na dzień 31 grudnia 2022 r. Grupa nie zidentyfikowała dodatkowych okoliczności wskazujących na możliwość dalszej utraty wartości bilansowej przejętych aktywów. Dlatego też testy na utratę wartości w odniesieniu do grup ośrodków wypracowujących środki pieniężne (Mall North, Mall South, CZC i WE|DO), do których przypisano wartość firmy, nie zostały przeprowadzone ponownie i będą przeprowadzane w regularnych cyklach rocznych, o ile nie zostaną zidentyfikowane przesłanki utraty wartości.

Najważniejsze założenia modelu zdyskontowanych przepływów pieniężnych zostały przedstawione w poniższej tabeli:

Mall	30.09.2022
Średnioroczna stopa wzrostu przychodów w okresie prognozy ^[1]	7,9%
Średnioroczna marża EBITDA w okresie prognozy	2,9 ppt
Stopa wzrostu poza okresem prognozy (wraz z inflacją)	2,0%
Stopa dyskonta (po opodatkowaniu)	12,3%

[1] odzwierciedla średni roczny wzrost łącznych przychodów oraz oczekiwaną transformację podmiotów z dominującego obecnie modelu 1P na model 3P

Analiza wrażliwości powyższych założeń wykazała, że odpis aktualizujący z tytułu utraty wartości ujęty przez Grupę uległby (zmniejszeniu)/zwiększeniu, gdyby któreś z kluczowych założeń uległo następującym zmianom:

30.09.2022	Racjonalnie możliwa zmiana kluczowych założeń	(Zmniejszenie)/zwiększenie ujętego odpisu aktualizującego z tytułu utraty wartości
Średni wzrost przychodów:	+/- 0,25 ppt	(507 590) / 499 541
Skorygowana marża EBITDA:	+/- 1 ppt	(357 731) / 358 293
Stopa wzrostu poza okresem prognozy (wraz z inflacją)	+/- 1 ppt	(228 390) / 187 930
Stopa dyskonta (po opodatkowaniu)	+/- 1 ppt	357 780 / (447 770)

Zwiększenie odpisu aktualizującego z tytułu utraty wartości spowoduje odpisanie wartości firmy ujętej przy przejęciu Mall do zera, a nadwyżka zostanie przypisana proporcjonalnie do niefinansowych aktywów trwałych segmentu Mall.

Średnioroczna stopa wzrostu przychodów i marży EBITDA w okresie prognozy są szacowane na podstawie oczekiwań Grupy co do przyszłego rozwoju rynku oraz benchmarków branżowych.

Przepływy pieniężne wykraczające poza okres prognozy są ekstrapolowane przy użyciu szacowanych stóp wzrostu, które są zgodne z prognozami zawartymi w raportach branżowych dotyczących branży, w której działa każdy ośrodek wypracowujący środki pieniężne.

Stopa dyskontowa po opodatkowaniu odzwierciedla specyficzne ryzyko związane z danym segmentem i krajami, w których prowadzi on działalność.

29.2. Bieżący i odroczony podatek dochodowy

Podatek dochodowy od osób prawnych w okresie sprawozdawczym obejmuje podatek bieżący i podatek odroczony. Bieżący podatek dochodowy wyliczany jest na podstawie dochodu do opodatkowania (podstawy opodatkowania) za dany rok obrotowy według obowiązującej stawki podatkowej na podstawie przepisów podatkowych.

Grupa zobowiązana jest ocenić prawdopodobieństwo realizacji aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego. W procesie powyższej oceny przyjmowany jest szereg założeń dotyczących określania wartości aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego. Powyższe szacunki uwzględniają prognozy podatkowe, historyczne wartości obciążeń podatkowych, bieżące dostępne strategie oraz terminy dotyczące planowania działalności operacyjnej Grupy, a także prawdopodobieństwo realizacji poszczególnych różnic przejściowych.

29.3. Utrata wartości należności

Odpisu aktualizującego dokonuje się według modelu utraty wartości opartego o koncepcję oczekiwanych strat kredytowych. Stratę rozpoznaje się już na moment ujęcia należności, według wskaźnika niespłaconych należności szacowanego dla każdej jednorodnej grupy klientów i na podstawie wiekowania należności dla danej jednorodnej grupy.

Stopy niewykonania zobowiązań obliczane są dla odrębnych, jednorodnych grup klientów na podstawie danych historycznych z poprzednich 48 miesięcy. Dodatkowo Grupa oblicza indywidualne odpisy na należności, dla których stwierdzono przesłanki utraty wartości.

Szczegółowe informacje na temat dokonanych odpisów aktualizujących wartość należności zostały przedstawione w Nocie 30.2.

29.4. Utrata wartości pożyczek konsumenckich

Na każdy dzień bilansowy Grupa ocenia, czy istnieją przesłanki na to, że nastąpiła utrata wartości ekspozycji kredytowych.

Jeżeli na dzień bilansowy ryzyko kredytowe dotyczące instrumentu finansowego nie wzrosło znacznie od momentu początkowego ujęcia, Grupa dokonuje odpisów z tytułu utraty wartości, które są spodziewane w ciągu 12 miesięcy.

Dla pożyczek konsumenckich, w przypadku których nastąpił znaczny wzrost ryzyka kredytowego od momentu początkowego ujęcia, lub w przypadku których nastąpiła utrata wartości ze względu na ryzyko kredytowe, Grupa dokonuje odpisów z tytułu oczekiwanych strat kredytowych przez oczekiwany okres życia instrumentu finansowego.

Więcej informacji na temat założeń dotyczących oczekiwanych strat kredytowych z tytułu utraty wartości kredytów konsumenckich przedstawiono w Nocie 30.2.

29.5. Szacunki dotyczące wartości godziwej wartości niematerialnych i prawnych na dzień przejścia

Grupa dokonała kluczowych szacunków w odniesieniu do wyceny wartości niematerialnych i prawnych nabytych w ramach połączenia jednostek gospodarczych 1 kwietnia 2022 roku, na które składały się znaki towarowe, domeny i oprogramowanie komputerowe oraz relacje z klientami. Wycena nabytych aktywów została dokonana z perspektywy inwestora strategicznego.

Wartość godziwa znaków towarowych i domen została oszacowana przy użyciu metody hipotetycznych opłat licencyjnych (ang. Royalty Relief Method), z wykorzystaniem około 0,9% stawki opłat licencyjnych dla Grupy Mall i 1,5% dla WE|DO na podstawie umów porównywalnych. Z kolei Metoda hipotetycznych opłat licencyjnych skupia się na ustaleniu hipotetycznej opłaty licencyjnej, którą Grupa zostałaby obciążona za korzystanie ze znaku towarowego, gdyby nie stała się jego właścicielem. Grupa zastosowała 3-letni horyzont czasowy do wyceny znaku towarowego Mall i domen internetowych. W wielu branżach, takich jak telekomunikacja, ubezpieczenia, bankowość i energetyka, rebranding jest często kluczowym elementem strategii krótkoterminowej, ponieważ strategiczni nabywcy zazwyczaj mają swoje własne, uznane marki, dlatego kierownictwo uznało, że założenia dotyczące rebrandingu po 3 latach są założeniami, które uczestnicy rynku wykrystaliby przy wycenie tego typu aktywów.

Wartość godziwa oprogramowania wytworzonego we własnym zakresie została oszacowana przy użyciu kosztu zastąpienia skorygowanego o amortyzację. Koszt odtworzenia został obliczony jako teoretyczny koszt bieżących nakładów pracy i materiałów niezbędnych do wytworzenia lub nabycia nowego składnika aktywów o podobnej użyteczności jak przedmiotowy składnik aktywów.

Wartość godziwa relacji z klientami została oszacowana przy użyciu metody wielookresowej nadwyżki dochodów (ang. Multi-Period Excess Earnings, MPEE). Wycena dokonana metodą MPEE opiera się na przychodach i kosztach, które mają być w przyszłości generowane, przez przejętą jednostkę, na przestrzeni 20 lat. Okres wyceny został ustalony na podstawie informacji historycznych i benchmarków branżowych. Przyszłe przepływy pieniężne zostały oszacowane na podstawie liczby aktywnych kupujących, którzy dokonują regularnych zakupów na witrynach prowadzonych przez Grupę Mall. Została ona skorygowana o przewidywany wskaźnik odejścia aktywnych kupujących, obliczony na podstawie danych historycznych każdej z przejmowanych działalności. Do wyceny przejętej działalności wykorzystano wskaźnik rotacji wynoszący 1,5% (od drugiego roku).

Poniższa tabela przedstawia podsumowanie skutków zwiększenia/zmniejszenia wszystkich kluczowych założeń wykorzystywanych w procesie wyceny przejętych działalności:

Relacje z klientami	Zmiana wskaźnika rotacji o:			
	-0,75 pp	-0,25 pp	0,25pp	0,75pp
Zwiększenie/(zmniejszenie) wartości godziwej	371 424	92 856	(139 284)	(324 996)

Relacje z klientami	Zmiana stopy dyskontowej o:			
	-2 pp	-1 pp	1 pp	2 pp
Zwiększenie/(zmniejszenie) wartości godziwej	371 424	139 284	(185 712)	(278 568)

Relacje z klientami	Zmiana EBITDA o:			
	-6 pp	-3 pp	3 pp	6 pp
Zwiększenie/(zmniejszenie) wartości godziwej	(185 712)	(46 428)	92 856	139 284

Relacje z klientami	Zmiana marży EBITDA o:			
	-2 pp	-1 pp	1 pp	2 pp
Zwiększenie/(zmniejszenie) wartości godziwej	(324 996)	(185 712)	139 284	278 568

Znak towarowy / Domeny	Zmiana horyzontu wyceny o:			
	-2 years	-1 year	1 year	2 years
Zwiększenie/(zmniejszenie) wartości godziwej	(59 157)	(30 053)	30 402	58 379

Znak towarowy / Domeny	Zmiana stopy dyskontowej o:			
	-1,5 pp	-0,5 pp	0,5 pp	1,5 pp
Zwiększenie/(zmniejszenie) wartości godziwej	6 901	2 297	(2 140)	(6 275)

Znak towarowy / Domeny	Zmiana stawki opłat licencyjnych o:			
	-1 pp	-0,5 pp	0,5 pp	1 pp
Zwiększenie/(zmniejszenie) wartości godziwej	(76 530)	(38 243)	38 289	76 623

29.6. Amortyzacja wartości niematerialnych i prawnych

Wysokość stawek amortyzacyjnych ustalana jest na podstawie przewidywanego okresu ekonomicznej użyteczności składników wartości niematerialnych i prawnych. Grupa corocznie dokonuje weryfikacji przyjętych okresów ekonomicznej użyteczności na podstawie bieżących szacunków. W przypadku zmiany oceny okresów ekonomicznej użyteczności, jej efekt jest ujmowany jako efekt zmiany szacunków księgowych.

Analiza wrażliwości amortyzacji znaczących wartości niematerialnych i prawnych została przedstawiona poniżej:

Analiza wrażliwości okresu amortyzacji istotnych wartości niematerialnych i prawnych	zmiana okresu: krótszy o 5 lat	zmiana okresu: dłuższy o 5 lat
Relacje z klientami	(64 599)	38 759
Znaki towarowe i domeny	(153 202)	57 432
Oprogramowanie	(335 414)	81 292
(Zwiększenie)/zmniejszenie odpisu amortyzacyjnego	(553 215)	177 483

W 2022 r. Grupa dokonała przeglądu stawek amortyzacyjnych i stwierdziła, że nie nastąpiły żadne zmiany w stosunku do poprzednich szacunków dotyczących okresów użytkowania jej aktywów.

29.7. Szacunki związane z postępowaniami prowadzonymi przez UOKiK

W grudniu 2022 r. Grupa otrzymała niekorzystną decyzję Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) w związku z postępowaniem antymonopolowym. UOKiK zarzucił Grupie nadużywanie pozycji dominującej poprzez faworyzowanie własnej działalności sprzedażowej na platformie i nałożył na karę w wysokości 206 169 PLN.

Grupa oceniła, że decyzja UOKiK nie powinna być podtrzymana na drodze sądowej, w związku z czym nie tworzy się rezerwy z tego tytułu.

W Nocie 32 opisano wszystkie będące w toku postępowania prowadzone przez UOKiK, w przypadku których prawdopodobieństwo nałożenia kary zostało ocenione jako niewielkie.

29.8. Wpływ kwestii związanych z klimatem na sprawozdanie finansowe

Ryzyka związane z klimatem i ochroną środowiska podlegają zarządzaniu ryzykiem i Polityce zarządzania ryzykiem. Rolą Rady Dyrektorów jest nadzorowanie ryzyka korporacyjnego, definiowanie zakresu zarządzania ryzykiem, określanie kierunków rozwoju systemu zarządzania ryzykiem oraz ustalanie poziomów apetytu na ryzyko.

Grupa przeanalizowała potencjalny wpływ kwestii związanych z klimatem, w szczególności na szacunki księgowe, takie jak obliczanie wartości odzyskiwalnych środków trwałych i należności oraz obliczanie wartości bilansowej pożyczek konsumenckich w sprawozdaniach, i doszła do wniosku, że kwestie związane z klimatem nie mają wpływu na niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe.



30. Zarządzanie ryzykiem finansowym

Niniejsza nota wyjaśnia ekspozycję Grupy na ryzyko finansowe oraz sposób, w jaki ryzyko to może wpłynąć na przyszłe wyniki finansowe Grupy.

Ryzyko	Źródło narażenia	Pomiar	Kierownictwo
Ryzyko rynkowe – stopa procentowa	Długoterminowe kredyty i pożyczki o zmiennym oprocentowaniu Depozyty gotówkowe – stałe oprocentowanie Pożyczki konsumenckie – stałe oprocentowanie	Analiza wrażliwości	Swapy stóp procentowych, kompensowanie depozytów pieniężnych
Ryzyko rynkowe – kurs walutowy	Przyszłe transakcje handlowe Ujęte aktywa i zobowiązania finansowe nie denominowane w walucie funkcjonalnej podmiotów należących do grupy	Prognozy przepływów pieniężnych Analiza wrażliwości	Brak zabezpieczenia
Ryzyko kredytowe	Środki pieniężne i ich ekwiwalenty Należności Pożyczki konsumenckie	Ratingi kredytowe Analiza wiekowa	Dywersyfikacja lokat bankowych, limitów kredytowych i akredytyw
Ryzyko płynności	Kredyty i pożyczki i inne zobowiązania	Prognozy przepływów pieniężnych	Dostępność przyznanych linii kredytowych i kredytów Podpisana umowa odkupu pożyczek konsumenckich

30.1. Ryzyko rynkowe

RYZYKO ZMIAN PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH W WYNIKU ZMIAN STÓP PROCENTOWYCH

Grupa jest narażona na ryzyko stopy procentowej wynikające ze zmian stóp procentowych w odniesieniu do kredytów i pożyczek, swapów stóp procentowych oraz pożyczek konsumenckich.

Kredyty i pożyczki o zmiennym oprocentowaniu narażają Grupę na ryzyko zmiany przepływów pieniężnych. Grupa na bieżąco ocenia narażenie na ryzyko zmiany stóp procentowych. Ryzyko to jest częściowo niwelowane przez krótkoterminowe depozyty środków pieniężnych oraz przez kontrakty swap stóp procentowych („IRS”).

Pożyczki konsumenckie z terminem spłaty powyżej 30 dni są oprocentowane według stałej stopy procentowej, co naraża Grupę na ryzyko wartości godziwej, które przekłada się na wynik finansowy, ponieważ pożyczki te są wyceniane według wartości godziwej przez wynik finansowy. Pożyczki o terminie spłaty poniżej 30 dni są nieoprocentowane i podlegają wycenie według zamortyzowanego kosztu, dlatego zmiany rynkowych stóp procentowych nie mają wpływu na wycenę tych należności.

W 2021 r. Grupa zmodyfikowała swoją politykę zabezpieczeń w ten sposób, że dopuściła do zabezpieczenia przepływów pieniężnych do poziomu 100% ekspozycji na ryzyko stopy procentowej. Przyszłe płatności odsetek od kredytów i pożyczek o wartości bilansowej 6 453 527 PLN są narażone na zmiany przyszłej marży kredytowej, jak wyjaśniono w Nocie 20. Na dzień 31 grudnia 2022 r. 63% wartości

nominalnej kredytów i pożyczek Grupy było objęte instrumentami zabezpieczającymi, natomiast w roku porównawczym odsetek ten wynosił 53%, przy czym cała kwota kredytów i pożyczek była oprocentowana według zmiennej stopy procentowej.

Stopa procentowa WIBOR (Warsaw Interbank Offered Rate) ma zostać całkowicie zastąpiona w 2025 r. Szczegóły dotyczące zastąpienia starej stopy referencyjnej nową stopą WIRON zostaną opublikowane w 2023 r. i będą miały formę rozporządzenia Ministra Finansów. Rozporządzenie określi spread korygujący oraz datę, od której stopa zastępcza zacznie obowiązywać. Zgodnie z harmonogramem publikacja dotychczasowych stawek WIBOR zakończy się w 2025 r. Grupa posiada szereg umów, które opierają się na stopie WIBOR; umowy te zostały przedstawione w tabeli poniżej.

Aby uwzględnić zastąpienie WIBOR-u alternatywną stopą referencyjną, Grupa zastosowała zasady określone w ramach Fazy 1 oraz zastosuje zasady określone w ramach Fazy 2 zmian do MSSF 9, MSR 39, MSSF 7, MSSF 4 i MSSF 16 – Reforma referencyjnych stóp procentowych (IBOR), jeśli nowa podstawa ustalania umownych przepływów pieniężnych będzie ekonomicznie równoważna z dotychczasową podstawą.

Reforma może wpłynąć na następujące aktywa i zobowiązania finansowe:

	Nota	31.12.2022	31.12.2021
Wartość bilansowa zobowiązań opartych na stopie WIBOR		6 453 751	5 366 298
Kredyty i pożyczki – krótkoterminowe	20	1 706	3 316
Kredyty i pożyczki – długoterminowe	20	6 451 821	5 362 982
Pochodne instrumenty finansowe (zabezpieczenia przepływów pieniężnych)	25	224	—
Wartość bilansowa aktywów opartych na stopie WIBOR		324 626	216 995
Pochodne instrumenty finansowe (zabezpieczenia przepływów pieniężnych)	25	324 626	216 995

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu zgodna z wymogami ESEF i dostępna na stronie www.allegro.eu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

Wrażliwość

Grupa ocenia swoją ekspozycję na ryzyko zmiennych stóp procentowych i szacuje, że jeżeli stopa procentowa zmieni się o 0,5 p.p., jej koszty finansowe z tytułu odsetek wzrosną/spadną) o ok. 32 808 PLN rocznie, a z tytułu rozliczenia kontraktów swap na zmienne stopy procentowe – o 20 682 PLN rocznie. W obliczeniach wrażliwości sporządzonych na dzień 31 grudnia 2022 r. Grupa założyła zmianę stopy procentowej o 0,5 p.p. (w porównaniu z 0,1 p.p.) ze względu na dynamiczne zmiany w otoczeniu makroekonomicznym Grupy obserwowane w całym okresie sprawozdawczym.

zmiana stopy procentowej (pp)	Wpływ zmiany stopy procentowej na zysk/(stratę) na 31.12.2022					
	-2	-1	-0,5	0,5	1	2
Koszty odsetek	131 233	65 616	32 808	(32 808)	(65 616)	(131 233)
Wynik na swapach stóp procentowych	(82 726)	(41 363)	(20 682)	20 682	41 363	82 726
Zwiększenie/(zmniejszenie) kosztów odsetkowych	48 507	24 253	12 126	(12 126)	(24 253)	(48 507)
Wpływ na pozostałe składniki kapitału własnego	(84 749)	(42 374)	(21 187)	21 187	42 374	84 749
Zwiększenie/(zmniejszenie) stanu innych składników kapitału własnego	(84 749)	(42 374)	(21 187)	21 187	42 374	84 749

zmiana stopy procentowej (pp)	Wpływ zmiany stopy procentowej na zysk/(stratę) na 31.12.2021					
	-0,3	-0,2	-0,1	0,1	0,2	0,3
Koszty odsetek	16 500	11 000	5 500	(5 500)	(11 000)	(16 500)
Wynik na swapach stóp procentowych	(8 710)	(5 807)	(2 903)	2 903	5 807	8 710
Zwiększenie/(zmniejszenie) kosztów odsetkowych	7 790	5 193	2 597	(2 597)	(5 193)	(7 790)

Kredyty i pożyczki na stałą stopę procentową powodują narażenie Grupy na ryzyko wartości godziwej, niemniej nie ma wpływu na niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe, ponieważ pozycje te nie są wyceniane według wartości godziwej.

Ryzyko walutowe

Ryzyko walutowe powstaje w wyniku dokonywania przez Grupę sprzedaży lub zakupów w walutach innych niż waluta funkcjonalna każdego z podmiotów Grupy. Ekspozycja Grupy na ryzyko walutowe na koniec okresu sprawozdawczego, wyrażona w złotych polskich (po przeliczeniu z EUR), była następująca:

	31.12.2022	31.12.2021
Zobowiązania z tytułu leasingu	565 210	200 284
Pochodne zobowiązania finansowe (zabezpieczenia ryzyka walutowego)	—	12 610
Zwiększenie/(zmniejszenie) kosztów odsetkowych	565 210	212 894

Łączne zyski/straty z tytułu różnic kursowych netto ujęte w rachunku zysków i strat wyniosły:

	01.01-31.12.2022	01.01-31.12.2021
Zyski/(straty) z tytułu różnic kursowych ujęte w kosztach finansowych netto	6 113	509
Zyski/(straty) netto z tytułu różnic kursowych ujęte w innych całkowitych dochodach	—	12 610
Razem zyski/(straty) netto z tytułu różnic kursowych ujęte w zysku przed opodatkowaniem	6 113	13 119

Ryzyko wartości godziwej

Grupa prowadzi działalność międzynarodową i jest narażona na ryzyko walutowe, głównie związane z EUR. Wrażliwość zysku lub straty na zmiany kursów walutowych wynika głównie z umów leasingowych denominowanych w EUR. W 2022 roku zmiany kursów walutowych nie miały wpływu na inne składniki kapitału własnego, ponieważ zabezpieczenie ryzyka walutowego opisane w Nocie 25 zostało rozliczone w 2022 roku po zakończeniu transakcji przejęcia opisanej w Nocie 5. Spadek/wzrost kursu EUR w stosunku do walut funkcjonalnych spółek o 5% spowodowałby ujęcie odpowiednio zysku w wysokości 28 268 PLN lub straty w wysokości 28 268 PLN.

Grupa jest narażona na ryzyko zmiany wartości godziwej związane z oprocentowaniem pożyczek konsumenckich wycenianych w wartości godziwej przez wynik finansowy („FVTPL”). Ponieważ jednak pożyczki konsumenckie mają zwykle charakter krótkoterminowy, wszelkie zmiany wartości godziwej będą prawdopodobnie ograniczone i nie będą miały znaczącego wpływu na ogólną sytuację finansową Grupy. Grupa regularnie monitoruje wartość godziwą swoich portfeli pożyczek konsumenckich i zarządza wszelkimi potencjalnymi ryzykami, które mogą wystąpić.

30.2. Ryzyko kredytowe

Zarządzanie ryzykiem

Aktywami finansowymi, które charakteryzują się największą ekspozycją na ryzyko kredytowe, są środki pieniężne i ich ekwiwalenty, należności handlowe, pożyczki konsumenckie i aktywa finansowe będące instrumentami pochodnymi. W celu zminimalizowania tego ryzyka Grupa stosuje szczegółowe procedury weryfikacji oraz monitoringu sprzedających (klientów). Grupa korzysta z usług profesjonalnych firm windykacyjnych lub stosuje procedury windykacji we własnym zakresie. Na należności Grupy składają się należności od osób fizycznych oraz przedsiębiorstw. Należności charakteryzują się niską koncentracją. Nadwyżki środków pieniężnych lokowane są przez Grupę w bankach w formie depozytów na żądanie lub lokat terminowych.

Utrata wartości aktywów finansowych

Grupa posiada cztery rodzaje aktywów finansowych, które podlegają analizie utraty wartości zgodnie z modelem oczekiwanych strat kredytowych:

- należności handlowe,
- pożyczki konsumenckie wyceniane według amortyzowanego kosztu,
- środki pieniężne i ich ekwiwalenty,
- aktywa finansowe będące instrumentami pochodnymi.

	31.12.2022	31.12.2021
Utrata wartości należności	60 262	60 721
Utrata wartości pożyczek konsumenckich	6 733	5 950
Odpisy netto z tytułu utraty wartości aktywów finansowych	66 995	66 671

Należności handlowe

Grupa dokonuje pomiaru oczekiwanych strat kredytowych zgodnie z podejściem uproszczonym określonym w MSSF 9, które przewiduje dokonywanie odpisów z tytułu oczekiwanych strat w całym okresie istnienia należności handlowych oraz aktywów z tytułu umów z klientami. W celu ustalenia oczekiwanych strat kredytowych, należności handlowe oraz aktywa z tytułu umów z klientami zostały pogrupowane na podstawie podobieństwa charakterystyki ryzyka kredytowego oraz dni przeterminowania. Wskaźniki oczekiwanych strat opierają się na profilach płatności dla sprzedaży w okresie odpowiednio 48 miesięcy przed 31 grudnia 2022 r. lub 31 grudnia 2021 r. i odpowiadającym im historycznym stratom kredytowym w tym okresie. Historyczne wskaźniki strat są korygowane w celu odzwierciedlenia bieżących i przyszłych informacji na temat czynników makroekonomicznych mających wpływ na zdolność klientów do regulowania należności (np. stopa bezrobocia). W porównaniu z poprzednim rokiem, rezerwa na utratę wartości rosła wraz z dynamiką odpowiadającą wzrostowi działalności, skutkującym wzrostem salda należności.

Odpis z tytułu strat kredytowych na dzień 31 grudnia 2022 r. i 31 grudnia 2021 r. ustalono w następujący sposób zarówno dla należności handlowych jak i aktywów z tytułu umów z klientami:

Wiekowanie należności na dzień 31.12.2022		Nieprzeterminowane	Zaległe poniżej 3 miesięcy	Zaległe od 3 do 12 miesięcy	Zaległe od 1 do 3 lat	Razem należności handlowe, netto
Działalność w Polsce	Przedsiębiorstwa	838 514	74 357	4 311	1 460	918 642
	Osoby fizyczne	8 604	2 885	702	300	12 491
Działalność międzynarodowa	Przedsiębiorstwa	81 011	46 000	400	279	127 692
	Osoby fizyczne	29 386	11 431	10	—	40 826

Wiekowanie należności na dzień 31.12.2021		Nieprzeterminowane	Zaległe poniżej 3 miesięcy	Zaległe od 3 do 12 miesięcy	Zaległe od 1 do 3 lat	Razem należności handlowe, netto
Działalność w Polsce	Przedsiębiorstwa	679 351	52 535	5 470	1 510	738 866
	Osoby fizyczne	9 113	3 187	929	368	13 597

Wiekowanie należności na dzień 31.12.2022		Nieprzeterminowane	Zaległe poniżej 3 miesięcy	Zaległe od 3 do 12 miesięcy	Zaległe od 1 do 3 lat	Razem należności handlowe, netto	
Należności handlowe, brutto	Działalność w Polsce	Przedsiębiorstwa	847 133	77 606	34 293	59 783	1 018 815
		Osoby fizyczne	8 862	3 103	3 530	6 090	21 585
	Działalność międzynarodowa	Przedsiębiorstwa	81 011	46 575	1 373	5 408	134 367
		Osoby fizyczne	29 387	12 214	200	23	41 824
Utrata wartości należności handlowych	Działalność w Polsce	Przedsiębiorstwa	(8 619)	(3 248)	(29 982)	(58 323)	(100 172)
		Osoby fizyczne	(258)	(218)	(2 828)	(5 790)	(9 094)
	Działalność międzynarodowa	Przedsiębiorstwa	—	(575)	(973)	(5 129)	(6 677)
		Osoby fizyczne	(1)	(784)	(191)	(23)	(999)
Prawdopodobieństwo braku spłaty należności	Działalność w Polsce	Przedsiębiorstwa	1%	4%	87%	98%	
		Osoby fizyczne	3%	7%	80%	95%	
	Działalność międzynarodowa	Przedsiębiorstwa	0%	1%	71%	95%	
		Osoby fizyczne	0%	6%	95%	100%	
Należności handlowe, netto	Działalność w Polsce	Przedsiębiorstwa	838 514	74 357	4 311	1 460	918 642
		Osoby fizyczne	8 604	2 885	702	300	12 491
	Działalność międzynarodowa	Przedsiębiorstwa	81 011	46 000	400	279	127 690
		Osoby fizyczne	29 386	11 431	10	—	40 827

Wiekowanie należności na dzień 31.12.2021			Nieprzeterminowane	Zaległe poniżej 3 miesięcy	Zaległe od 3 do 12 miesięcy	Zaległe od 1 do 3 lat	Razem należności handlowe, netto
Należności handlowe, brutto	Działalność w Polsce	Przedsiębiorstwa	687 605	56 632	43 777	32 633	820 647
		Osoby fizyczne	9 526	3 805	5 307	8 639	27 277
Utrata wartości należności handlowych	Działalność w Polsce	Przedsiębiorstwa	(8 254)	(4 097)	(38 307)	(31 123)	(81 782)
		Osoby fizyczne	(413)	(618)	(4 378)	(8 271)	(13 680)
Prawdopodobieństwo braku spłaty należności	Działalność w Polsce	Przedsiębiorstwa	1%	7%	88%	95%	
		Osoby fizyczne	4%	16%	82%	96%	
Należności handlowe, netto	Działalność w Polsce	Przedsiębiorstwa	679 351	52 535	5 470	1 510	738 866
		Osoby fizyczne	9 113	3 187	929	368	13 597

Środki pieniężne i ich ekwiwalenty

Wartość bilansowa należności handlowych oraz pozostałych należności stanowi maksymalną ekspozycję na ryzyko kredytowe.

Nie występuje istotna koncentracja ryzyka kredytowego w kontekście ekspozycji wobec poszczególnych klientów lub określonych sektorów gospodarki. Po przejęciu Grupy Mall i WE|DO ponad 80% salda należności handlowych i pozostałych należności Grupy jest generowane na terytorium Polski i płatne w polskich złotych, a pozostała część obejmuje głównie należności generowane w Czechach i Słowenii, denominowane w koronach czeskich lub euro.

Środki pieniężne i ich ekwiwalenty podlegają wymogom co do ustalania utraty wartości wynikającym z MSSF 9. Nie stwierdzono istotnej utraty wartości.

Odpis aktualizujący dla środków pieniężnych i ich ekwiwalentów ustalany jest indywidualnie dla każdego salda w danej instytucji finansowej. Do oceny ryzyka kredytowego wykorzystane zostały zewnętrzne ratingi kredytowe i publicznie dostępne informacje na temat wskaźników niewykonania zobowiązań dla poszczególnych ratingów agencji S&P Global Ratings (rating przedstawiony jest w Nocie 19.2). Jako że na dzień bilansowy wszystkie salda środków pieniężnych mają niskie ryzyko kredytowe, Grupa zastosowała praktyczne rozwiązanie dostępne na podstawie MSSF 9 i wyliczyła odpisy aktualizujące na podstawie 12-miesięcznych oczekiwanych strat kredytowych. Rezultat kalkulacji odpisów aktualizujących okazał się nieistotny.

Całe saldo środków pieniężnych i ich ekwiwalentów zaklasyfikowane jest do koszyka 1 w ramach modelu utraty wartości tzn. są to instrumenty o nieobniżonej jakości kredytowej, dla których nie nastąpił znaczny wzrost ryzyka kredytowego od momentu ich początkowego ujęcia, lub które na dzień bilansowy mają niskie ryzyko kredytowe.

Wartość bilansowa środków pieniężnych i ich ekwiwalentów konsumenckich stanowi maksymalną ekspozycję na ryzyko kredytowe.

Na dzień 31 grudnia 2022 r. Grupa utrzymywała swoje środki w bankach posiadających następujące ratingi:

	31.12.2022	31.12.2021
A+	9%	—
A	2%	37%
A-	1%	8%
BBB+	18%	2%
BBB	63%	53%
BBB-	2%	—
bez przyznanego ratingu	5%	—
	100%	100%

Istnieje koncentracja ryzyka kredytowego; na pięć głównych banków, w których Grupa przechowuje swoje środki pieniężne i ich ekwiwalenty, przypada odpowiednio 51%, 18%, 10%, 6% i 4% łącznego salda na dzień 31 grudnia 2022 r. (na dzień 31 grudnia 2021 r.: 53%, 22%, 15%) .

Wszystkie kontrakty na instrumenty pochodne zostały zawarte z bankami, w których Grupa nie utrzymuje istotnych sald środków pieniężnych i ich ekwiwalentów. Grupa korzystała z ocen ratingowych agencji S&P Global Ratings.

Pożyczki konsumenckie wyceniane według zamortyzowanego kosztu

Rezerwa na odpis aktualizujący dotyczy oczekiwanych strat kredytowych („ECL”), o których mowa w MSSF 9, wymaga oszacowania oczekiwanej straty niezależnie od tego, czy występują jakiegokolwiek przesłanki utraty wartości.

W zależności od czynników ryzyka związanych z każdą pożyczką, pożyczki klasyfikowane są do trzech koszyków zależnie od związanego z nimi ryzyka, przy czym koszyk 3 odzwierciedla najwyższy poziom ryzyka. MSSF 9 wymaga ujmowania strat kredytowych wynikających z niewykonania zobowiązania, które są oczekiwane w terminie 12 miesięcy lub przez cały oczekiwany okres życia instrumentu finansowego, w zależności od koszyka przypisanego do ekspozycji.

- jeżeli nie nastąpił istotny wzrost ryzyka kredytowego od momentu początkowego ujęcia (stopień 1), oraz
- w przypadku których nastąpił znaczny wzrost ryzyka kredytowego od momentu początkowego ujęcia (stopień 2), lub
- które są dotknięte utratą wartości ze względu na ryzyko kredytowe (stopień 3).

Oczekiwane straty kredytowe dotyczące ekspozycji, w przypadku których nie nastąpił znaczny wzrost ryzyka kredytowego od momentu początkowego ujęcia, obliczane są w okresie 12-miesięcznym, a w przypadku których nastąpił znaczny wzrost ryzyka kredytowego od momentu początkowego ujęcia lub nastąpiła utrata wartości ze względu na ryzyko kredytowe, obliczana jest wartość ECL dla całego okresu życia ekspozycji.

Spółka uznaje, że nastąpił znaczny wzrost ryzyka kredytowego, gdy składnik aktywów jest przeterminowany o ponad 30 dni. Instrumenty finansowe przenoszone są z powrotem do koszyka 1 jeżeli nie spełniają już kryteriów znacznego wzrostu ryzyka kredytowego. Spółka definiuje instrument finansowy jako dotknięty zdarzeniem niewykonania zobowiązania, gdy konsument zalega z płatnościami ponad 90 dni (koszyk 3).

Oczekiwana strata kredytowa dla pożyczek konsumenckich wyliczana jest przy zastosowaniu trzech głównych składowych:

- prawdopodobieństwa niewykonania zobowiązania („PD”),
- straty w przypadku niewykonania zobowiązania („LGD”), oraz
- wartości ekspozycji w momencie niewykonania zobowiązania („EAD”).

Gdzie:

Prawdopodobieństwo niewykonania zobowiązania – określa prawdopodobieństwo, że dłużnik nie będzie w stanie spełnić obowiązku w ciągu jednego roku (przy wykorzystaniu rozwiązania dozwolonego w MSSF 9).

Strata w przypadku niewykonania zobowiązania – procentowa strata względem całego zaangażowania w przypadku, gdy dłużnik popada w niewykonanie zobowiązania.

Wartość ekspozycji w momencie niewykonania zobowiązania – odzwierciedla szacowaną wysokość zaangażowania kredytowego.

Ze względu na krótkoterminowy charakter pożyczek konsumenckich uznaje się, że ich wartość godziwa odpowiada wartości bilansowej. Wartość bilansowa pożyczek konsumenckich stanowi maksymalną ekspozycję na ryzyko kredytowe. Pożyczki konsumenckie, charakteryzujące się brakiem zabezpieczenia, są uważane za niezabezpieczone.

Nie występuje koncentracja ryzyka kredytowego, czy to w kontekście ekspozycji wobec poszczególnych klientów, określonych sektorów gospodarki, czy regionów.

Jakość portfela objętego modelem ratingowym:

Ryzyko kredytowe zaangażowania wg ratingów na dzień 31.12.2022	Pożyczki konsumenckie, brutto	Utrata wartości pożyczek konsumenckich	Pożyczki konsumenckie, netto
A	15 530	(15)	15 514
B	32 374	(57)	32 317
C	30 833	(110)	30 723
D	26 914	(142)	26 771
E	19 686	(184)	19 502
F	13 560	(212)	13 348
G	8 607	(227)	8 381
H	18 647	(7 664)	10 983
Pożyczki konsumenckie wyceniane według zamortyzowanego kosztu na dzień 31.12.2022	166 151	(8 611)	157 540

Ryzyko kredytowe zaangażowania wg ratingów na dzień 31.12.2021	Pożyczki konsumenckie, brutto	Utrata wartości pożyczek konsumenckich	Pożyczki konsumenckie, netto
A	20 098	(15)	20 083
B	52 751	(111)	52 640
C	87 796	(377)	87 419
D	82 008	(807)	81 201
E	61 529	(1 346)	60 183
F	34 435	(1 332)	33 103
G	19 659	(1 228)	18 431
H	6 825	(1 100)	5 725
Pożyczki konsumenckie wyceniane według zamortyzowanego kosztu na dzień 31.12.2021	365 101	(6 316)	358 785

Zdecydowana większość pożyczek konsumenckich na dzień 31 grudnia 2022 r. i 31 grudnia 2021 r. została zaklasyfikowana do Koszyka 1.

Wybuch pandemii Covid-19 nie miał żadnego wpływu na pożyczki konsumenckie, terminy płatności i oczekiwane straty kredytowe.

Na potrzeby zarządzania ryzykiem kredytowym, Grupa stosuje 8-stopniową skalę ratingową od A do H. Kategorie ratingowe A-C odpowiadają niskiemu ryzyku, kategorie D-F to ryzyko umiarkowane, a G-H to ryzyko podwyższone.

Aktywa finansowe będące instrumentami pochodnymi

Odpisy aktualizujące na aktywa finansowe będące instrumentami pochodnymi są tworzone z uwzględnieniem potencjalnego braku spłaty przez kontrahenta dostarczającego pochodny instrument finansowy. Grupa weryfikuje ratingi kontrahentów i na dzień 31 grudnia 2022 roku posiadała 54,6%, 25,3% i 20,1% wszystkich swoich instrumentów pochodnych w bankach o ratingu odpowiednio A, A+, A+ (na dzień 31 grudnia 2021 roku: 56,6%, 23,8%, 19,6% w banki o ratingu odpowiednio A, A+, A+ oraz pochodne zobowiązania finansowe w banku o ratingu BBB-). Wszystkie kontrakty pochodne zostały zawarte z bankami, w których Grupa nie posiada istotnego salda środków pieniężnych i ich ekwiwalentów.

30.3. Ryzyko płynności

Działalność operacyjna Grupy finansowana jest ze środków własnych. Poziom środków pieniężnych zgromadzonych na rachunkach bankowych pozwala Grupie na terminową regulację jej bieżących zobowiązań.

Na dzień 31 grudnia 2022 r. pozostające do spłaty zadłużenie bankowe Grupy wynosiło 6 500 000 PLN (w kwotach nominalnych) i wzrosło w ciągu roku o 1 000 000 PLN (w kwotach nominalnych) w związku z finalizacją transakcji przejęcia Grupy Mall i WE|DO (Nota 5). Z uwagi na:

- generowanie dodatnich przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej,
- długoterminowy charakter kredytów i pożyczek,
- saldo posiadanych środków pieniężnych, wraz z zabezpieczonym dostępem do kredytów odnawialnych,
- bieżącą oraz długoterminową analizę przepływów pieniężnych.

Kierownictwo jest zdania, że ryzyko utraty płynności dla Grupy w okresie najbliższych 12 miesięcy jest minimalne.

Ponadto na dzień 31 grudnia 2022 r. Grupa miała dostęp do niewykorzystanego kredytu odnawialnego w wysokości 500 000 PLN.

Zobowiązania według terminu zapadalności na podstawie niezdyktowanych płatności umownych

31.12.2022	Zobowiązania handlowe i z tytułu zwrotów	Pożyczki	Odsetki od pożyczek	Zobowiązania leasingowe	Zobowiązania finansowe będące instrumentami pochodnymi	Razem
Poniżej 3 miesięcy	1 530 932	—	154 438	38 178	—	1 723 549
Od 3 do 12 miesięcy	—	—	453 616	121 119	—	574 735
Od 1 roku do 5 lat	—	6 500 000	1 021 718	574 500	224	8 096 443
Powyżej 5 lat	—	—	—	85 114	—	85 114
Razem	1 530 932	6 500 000	1 629 772	818 911	224	10 479 840

31.12.2021	Zobowiązania handlowe i z tytułu zwrotów	Pożyczki	Odsetki od pożyczek	Zobowiązania leasingowe	Zobowiązania związane z połączeniem jednostek gospodarczych	Zobowiązania finansowe będące instrumentami pochodnymi	Razem
Poniżej 3 miesięcy	582 405	—	57 637	11 363	—	—	651 405
Od 3 do 12 miesięcy	—	—	176 113	50 244	4 893	2 247 708	2 478 958
Od 1 roku do 5 lat	—	5 500 000	651 938	350 307	—	—	6 502 245
Razem	582 405	5 500 000	885 688	411 914	4 893	2 247 708	9 632 608



31. Zarządzanie kapitałem

Grupa definiuje swój kapitał jako kapitał własny ze skonsolidowanego sprawozdania z sytuacji finansowej.

Głównym celem zarządzania kapitałem jest zapewnienie zdolności Grupy do kontynuowania działalności oraz utrzymanie bezpiecznych wskaźników kapitałowych, które w sposób optymalny wspierająby działalność operacyjną Grupy i zwiększały jej wartość dla akcjonariuszy, zapewniając im zwrot z inwestycji, w tym wypłatę dywidendy.

Grupa zarządza strukturą kapitałową i modyfikuje ją reagując na zmiany warunków ekonomicznych. W celu utrzymania lub skorygowania struktury kapitałowej, Grupa może zwrócić kapitał akcjonariuszom lub wyemitować nowe akcje.

Zgodnie z aktualnie obowiązującymi umowami kredytowymi Grupa zobowiązała się, że wskaźnik łącznej dźwigni finansowej netto nie przekroczy wskaźnika określonego w umowie w żadnym właściwym okresie kończącym się w dacie badania lub po pierwszej dacie badania. Dźwignia finansowa jest definiowana jako zadłużenie netto podzielone przez Skorygowaną EBITDA za poprzednie dwanaście miesięcy. Na dzień 31 grudnia 2022 r. i 31 grudnia 2021 r. Grupa nie naruszyła żadnego z kowenantów określonych w umowie.

W 2022 r. wskaźnik dźwigni wzrósł znacząco w związku z zakończeniem transakcji przejęcia Grupy Mall i WE|DO, która wymagała od Grupy pozyskania dodatkowego finansowania dłużnego (więcej informacji w Nocie 5).

Ponadto na dzień 30 września 2022 r. Grupa ujęła niepieniężny odpis aktualizujący w wysokości 2 293 000 PLN, który obniżył wartość kapitału własnego i zwiększył wskaźnik zadłużenia netto.

Grupa spodziewa się stopniowego obniżania wskaźnika dźwigni w nadchodzących okresach oraz wskaźnika zadłużenia do kapitału własnego.

Na dzień 31 grudnia 2022 r. i 31 grudnia 2021 r. Grupa zrealizowała swoje cele w zakresie zarządzania kapitałem. Wskaźniki dźwigni finansowej netto i zadłużenia do kapitału własnego na dzień 31 grudnia 2022 i 31 grudnia 2021 r. przedstawiały się następująco:

	Nota	31.12.2022	31.12.2021
Skorygowana EBITDA za ostatnie 12 miesięcy dla działalności w Polsce		2 309 439	2 068 482
Skorygowana EBITDA za ostatnie 12 miesięcy – segment Mall		(156 782)	n/d
Skorygowana EBITDA za ostatnie 12 mies.	8.2	2 152 657	2 068 482
Kredyty i pożyczki	20	(6 453 527)	(5 366 298)
Zobowiązania z tytułu leasingu	14.1	(690 181)	(251 142)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	19	877 559	1 957 241
Zadłużenie netto		(6 266 149)	(3 660 199)
Dźwignia finansowa netto		2,91x	1,77x
Kapitał własny		8 981 259	9 454 065
Wskaźnik zadłużenia netto do kapitału własnego		69,8%	38,7%

POZYCJE POZABILANSOWE

32. ZOBOWIĄZANIA WARUNKOWE

32.1. Gwarancje udzielone podmiotom spoza Grupy

Grupa posiadała gwarancje w łącznej wysokości 70 868 PLN na dzień 31 grudnia 2022 r. oraz 3 738 PLN na dzień 31 grudnia 2021 r. Gwarancje te zabezpieczają umowy leasingowe i terminowe płatności za towary lub usługi.

32.2. Postępowania sądowe

Na dzień sporządzenia niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów („Prezes UOKiK”) prowadził kilka odrębnych postępowań dotyczących Allegro opisane poniżej:

POSTĘPOWANIE ANTYMONOPOLOWE W SPRAWIE RZEKOMEGO NADUŻYWANIA POZYCJI DOMINUJĄCEJ POPRZEZ FAWORYZOWANIE WŁASNEJ DZIAŁALNOŚCI SPRZEDAŻOWEJ NA PLATFORMIE

W dniu 29 grudnia 2022 r. Prezes UOKiK wydał decyzję nakładającą na Allegro karę pieniężną w wysokości 206 169 PLN za naruszenie prawa konkurencji polegające na nadużywaniu przez Allegro pozycji dominującej na krajowym rynku usług pośrednictwa w sprzedaży internetowej pomiędzy przedsiębiorcami a klientami indywidualnymi, poprzez faworyzowanie własnej działalności sprzedażowej na swojej platformie.

Prezes UOKiK twierdzi, że Allegro faworyzowało własną działalność sprzedażową 1P względem działalności sprzedażowej 3P poprzez dostęp 1P do: (a) informacji o funkcjonowaniu platformy handlowej Allegro oraz zachowaniach kupujących na platformie, niedostępnych dla sprzedawców 3P (lub dostępnych w ograniczonym zakresie); oraz (b) informacji dotyczących funkcji sprzedażowych lub promocyjnych na platformie, niedostępnych (lub dostępnych w ograniczonym zakresie) dla sprzedawców 3P. Według Prezesa UOKiK praktyka jest stosowana od maja 2015 roku i może jeszcze trwać do chwili wydawania decyzji. Decyzja kończy postępowanie antymonopolowe w sprawie, które zostało wszczęte w grudniu 2019 r.

Allegro nie zgadza się z powyższą decyzją i odwołało się od niej do sądu pierwszej instancji, Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Allegro podtrzymuje stanowisko, że Prezes UOKiK zbyt wąsko zdefiniował rynek, Allegro nie ma pozycji dominującej i nie faworyzowało własnej działalności sprzedażowej na platformie w sposób szkodliwy dla konkurencji. Od wyroku sądu pierwszej instancji przysługuje odwołanie do Sądu Apelacyjnego, a w ostateczności do Sądu Najwyższego.

Sądy mogą utrzymać, uchylić decyzję lub znacznie zmniejszyć wysokość kary pieniężnej. Kara, o ile zostanie utrzymana, stanie się wymagalna dopiero po wydaniu orzeczenia przez Sąd Apelacyjny.

Istnieje duże prawdopodobieństwo, że kara nałożona na Allegro nie stanie się wymagalna. Zgodnie ze stanowiskiem Grupy, popartym opinią zewnętrznego doradcy, decyzja UOKiK nie powinna zostać utrzymana, a nawet jeśli nie zostanie uchylona, to sądy mają tendencję do znacznego obniżania kar nakładanych przez UOKiK, jednak nie można wiarygodnie określić, o ile kara taka może zostać zmniejszona. Z tych powodów nie została utworzona żadna rezerwa.

POSTĘPOWANIE PRZECIWKO ALLEGRO W CELU ZBADANIA, CZY REGULAMIN ALLEGRO ZAWIERA KLAUZULE ABUZYWNE

W dniu 29 grudnia 2022 r. UOKiK wydał decyzję stwierdzającą, że klauzule modyfikacyjne stosowane w (i) Regulaminie Allegro do 22 grudnia 2022 r. oraz w (ii) Regulaminie Smart! do 21 listopada 2022 r. stanowią nieuczciwe postanowienia umowne i nie mogą być dłużej stosowane w stosunku do konsumentów. Kara nałożona na Allegro wyniosła 1 221 PLN za klauzulę zawartą w Regulaminie Allegro oraz 2 748 PLN za klauzulę zawartą w Regulaminie Smart! UOKiK zobowiązał także Allegro do poinformowania konsumentów o decyzji na stronie internetowej Allegro oraz na jej profilu na Facebooku.

Allegro nie zgadza się z powyższą decyzją i odwołało się od niej do sądu pierwszej instancji, Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Allegro podtrzymuje swoje stanowisko, że klauzule modyfikacyjne nie są nieuczciwe, a kara nałożona przez Prezesa UOKiK jest zbyt wysoka (nie uwzględnia istotnych okoliczności łagodzących). Od wyroku sądu pierwszej instancji przysługuje odwołanie do Sądu Apelacyjnego, a w ostateczności do Sądu Najwyższego. Sądy mogą utrzymać, uchylić decyzję lub znacznie zmniejszyć wysokość kary pieniężnej. Kara, o ile zostanie utrzymana, stanie się wymagalna dopiero po wydaniu orzeczenia przez Sąd Apelacyjny.

Zgodnie ze stanowiskiem Grupy, popartym opinią zewnętrznego doradcy, zmniejszenie wysokości kar o prawie połowę jest bardziej prawdopodobne niż ich całkowite uchylenie. Z tego powodu w grudniu 2022 r. utworzono rezerwę odzwierciedlającą bardziej prawdopodobny scenariusz.

SPORY PRAWNE DOTYCZĄCE MNIJSZOŚCIOWEGO PAKIETU UDZIAŁÓW W SPÓŁCE EBILET

Grupa wie o pewnych toczących się sporach prawnych między osobami fizycznymi związanymi z Bola Investment Limited („Bola”), a osobą fizyczną będącą stroną trzecią („Powód”) dotyczących własności mniejszościowego pakietu udziałów w spółce eBilet sp. z o.o., która była poprzednim właścicielem spółki eBilet Polska sp. z o.o. („eBilet Polska”). Spółka eBilet Polska jest częścią Grupy od kwietnia 2019 r. Spółka eBilet sp. z o.o. nie jest i nigdy nie była częścią Grupy.

Powód złożył przeciwko Bola, osobom fizycznym związanym z Bola i Allegro dwa pozwy, tj. jeden do Sądu Okręgowego w Poznaniu i jeden do Sądu Okręgowego w Warszawie, domagając się stwierdzenia nieważności umów dotyczących zakupu udziałów w eBilet Polska zawartych pomiędzy Bola, osobami fizycznymi związanymi z Bola i Allegro. Pozew złożony w poznańskim sądzie został odrzucony, a decyzja jest już prawomocna. Sprawa prowadzona w Warszawie jest w toku. W toku tego postępowania sąd wydał zarządzenie tymczasowe, na mocy którego zakazał Allegro zbywania udziałów w eBilet Polska do czasu zakończenia sporu. Ta decyzja nie jest jeszcze ostateczna. Na podstawie informacji znanych Grupie oraz oceny doradcy prawnego Grupy na dzień sporządzenia niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego, Grupa nie ma podstaw, by sądzić, że wynik przedmiotowej sprawy będzie miał istotny wpływ na Grupę.

POSTĘPOWANIE WYJAŚNIAJĄCE DOTYCZĄCE WSPÓŁPRACY ALLEGRO ZE SPRZEDAWCAMI

W dniu 3 września 2020 roku Prezes UOKiK w komunikacie prasowym poinformował, że wszczął postępowanie wyjaśniające w sprawie zasad współpracy Allegro ze sprzedawcami w celu ustalenia, czy Allegro czerpie nieuzasadnione korzyści kosztem swoich klientów. Jak wynika z komunikatu prasowego, Prezes UOKiK przeanalizuje w szczególności warunki pobierania i zwrotu opłat oraz zasady ustalania ich wysokości. W ramach postępowania wyjaśniającego Prezes UOKiK przeanalizuje również zasady funkcjonowania programu SMART! W dniu 14 września 2020 roku Grupa otrzymała formalne zawiadomienie o wszczęciu przez Prezesa UOKiK, na podstawie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, postępowania wyjaśniającego w sprawie zasad współpracy Allegro ze sprzedawcami. W październiku 2020 roku do Allegro wpłynęły pytania związane z powyższą sprawą. W ramach tego postępowania wyjaśniającego dotyczącego współpracy z klientami, Allegro spodziewa się w przyszłości kolejnych wniosków od Prezesa UOKiK o udzielenie informacji.

Postępowanie wyjaśniające jest etapem wstępnym, który nie musi prowadzić do wszczęcia formalnego postępowania przeciwko Allegro. W przypadku podjęcia przez Prezesa UOKiK decyzji o kontynuowaniu spraw objętych powyższym postępowaniem wyjaśniającym, musi on wszcząć postępowanie antymonopolowe przeciwko Allegro. Jeśli Prezes UOKiK uzna, że postępowanie Allegro było bezprawne, wyda decyzję o stwierdzeniu naruszenia, w następstwie której może zostać nałożona kara pieniężna, a także może nakazać usunięcie skutków naruszenia. Jeśli miałyby zostać nałożona kara, to zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów mogłaby ona wynieść nawet do 10% obrotów Allegro za rok obrotowy poprzedzający wydanie decyzji o naruszeniu za każde naruszenie. Jeżeli w toku postępowania wyjaśniającego Allegro zaproponuje podjęcie stosownych zobowiązań w celu usunięcia zarzucanego naruszenia i/lub jego skutków, sprawa może zakończyć się wydaniem przez Prezesa UOKiK decyzji zobowiązującej i odstąpieniem od nałożenia kary pieniężnej.

POSTĘPOWANIE W SPRAWIE OCHRONY KONSUMENTÓW PRZECIWKO EBILET W ZWIĄZKU Z PROCEDURĄ ZWROTU BILETÓW W CZASIE PANDEMII COVID-19

Postępowanie to stanowi kontynuację prowadzonego wcześniej postępowania wyjaśniającego dotyczącego stosowanej przez eBilet procedury zwrotu pieniędzy za imprezy odwołane z powodu pandemii COVID-19, która została uruchomiona 22 lutego 2021 r. eBilet odpowiedział na pytania zadane przez Prezesa UOKiK i przedstawił Prezesowi UOKiK argumenty prawne przemawiające za tym, że przepisy dotyczące Covid-19 powinny mieć zastosowanie również w tym przypadku. Jeśli Prezes UOKiK zaakceptuje odpowiedzi udzielone przez eBilet, postępowanie zakończy się bez podejmowania dalszych działań. W przeciwnym wypadku UOKiK wyda decyzję o stwierdzeniu naruszenia, z nałożeniem lub bez nałożenia kary pieniężnej. Jeśli miałyby zostać nałożona kara, to zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów mogłaby ona wynieść nawet do 10% obrotów eBilet za rok obrotowy poprzedzający wydanie decyzji. Prezes UOKiK może również nakazać usunięcie skutków naruszenia (np. zobowiązanie do rekompensaty dla poszkodowanych konsumentów). Istnieje prawdopodobieństwo, że na eBilet zostanie nałożona kara, jednak na obecnym etapie trudno jest ocenić jej potencjalną wysokość. Z tych powodów nie została utworzona żadna rezerwa.

POSTĘPOWANIE WYJAŚNIAJĄCE DOTYCZĄCE OPINII KONSUMENCKICH

W dniu 22 grudnia 2021 roku Prezes UOKiK wszczął postępowanie wyjaśniające w zakresie ochrony konsumentów dotyczące: 1) warunków prezentowania i moderowania opinii konsumentów zamieszczanych na platformie Allegro.pl oraz 2) warunków udostępniania sprzedającym funkcjonalności umożliwiającej im ograniczenie możliwości zakupu towarów i usług oferowanych na platformie Allegro.pl dla niektórych konsumentów. Wraz z tym zawiadomieniem Allegro otrzymało prośbę o udzielenie informacji w wyżej wymienionych sprawach.

Postępowanie wyjaśniające jest etapem wstępnym, który nie musi prowadzić do wszczęcia formalnego postępowania przeciwko Allegro. Jeżeli Prezes UOKiK zdecyduje się na dalsze działania w sprawach objętych postępowaniem wyjaśniającym, musi wszcząć przeciwko Allegro postępowanie w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów albo klauzul abuzywnych (zakres postępowania wyjaśniającego nie wskazuje precyzyjnego zarzutu).

Jeśli Prezes UOKiK uzna, że postępowanie Allegro było bezprawne, wyda decyzję o stwierdzeniu naruszenia, w następstwie której może zostać nałożona kara pieniężna, a także może nakazać usunięcie trwających skutków naruszenia. Jeżeli kara miałaby zostać nałożona, to zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów mogłaby wynieść nawet do 10% obrotu Allegro w roku obrotowym poprzedzającym wydanie decyzji o naruszeniu, za każde naruszenie. Jeżeli w toku postępowania wyjaśniającego Allegro zaproponuje podjęcie odpowiednich zobowiązań w celu usunięcia zarzucanego naruszenia (naruszeń) i/lub naprawienia jego skutków, sprawa może zakończyć się decyzją zobowiązującą bez nakładania kary pieniężnej.

POSTĘPOWANIE WYJAŚNIAJĄCE DOTYCZĄCE ZASAD DZIERŻAWY NIERUCHOMOŚCI POD INSTALACJĘ AUTOMATÓW PACZKOWYCH

W dniu 6 lipca 2022 r. Allegro otrzymało pytania od Prezesa UOKiK w postępowaniu wyjaśniającym dotyczącym nieuczciwych klauzul zakazu konkurencji zawartych w umowie dzierżawy podpisanej w celu instalacji automatów paczkowych. Prezes UOKiK analizuje, czy obowiązujące zasady mogą naruszać prawo o ochronie konkurencji. Postępowanie wyjaśniające jest etapem wstępnym, który nie musi prowadzić do wszczęcia formalnego postępowania przeciwko którejkolwiek spółce. W przypadku podjęcia przez Prezesa UOKiK decyzji o kontynuowaniu spraw objętych postępowaniem wyjaśniającym, postępowanie antymonopolowe musi zostać wszczęte przeciwko konkretnej spółce lub spółkom (zakres postępowania wyjaśniającego nie wskazuje dokładnego zarzutu).

POSTĘPOWANIE WYJAŚNIAJĄCE DOTYCZĄCE DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH ZWIĄZANYCH Z ALLEGRO ONE

W dniu 28 października 2022 r. Allegro otrzymało postanowienie o wszczęciu postępowania wyjaśniającego oraz pytania UOKiK w sprawie stwierdzeń marketingowych dotyczących usługi logistycznej Allegro One. UOKiK stara się ustalić, czy mogło dojść do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów. Wcześniej w tym roku, 7 lutego 2023 r., UOKiK zadał Allegro szereg pytań w tej samej sprawie w nieformalnym wniosku o udzielenie informacji dotyczących wykorzystania przez Allegro aspektów ekologicznych do promocji swoich usług w zakresie automatów paczkowych. UOKiK nie uznał wyjaśnień Allegro za wystarczające uzasadnienie stwierdzeń podawanych w ramach strategii marketingowej i prowadzi dalsze postępowanie wyjaśniające. Postępowanie wyjaśniające jest etapem wstępnym, który nie musi prowadzić do wszczęcia formalnego postępowania przeciwko Allegro. Jeżeli Prezes UOKiK zdecyduje się na dalsze działania w sprawach objętych postępowaniem wyjaśniającym, musi wszcząć przeciwko Allegro postępowanie w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów (zakres postępowania wyjaśniającego nie wskazuje precyzyjnego zarzutu).

POSTĘPOWANIE WYJAŚNIAJĄCE DOTYCZĄCE PLANOWANEGO WPROWADZENIA KLAUZULI INDEKSACYJNEJ DO REGULAMINU PROGRAMU SMART!

W dniu 22 listopada 2022 r. Allegro otrzymało postanowienie o wszczęciu postępowania wyjaśniającego oraz pytania Prezesa UOKiK w sprawie planowanego wprowadzenia klauzuli indeksacyjnej do Regulaminu programu Smart! Prezes UOKiK analizuje, czy mogło dojść do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów lub zastosowania klauzul abuzywnych w umowach z konsumentami. Chociaż Allegro planowało wprowadzenie klauzuli indeksacyjnej do Regulaminu programu Smart! w dniu 21 listopada 2022 r., zrezygnowało z niej w dniu 17 listopada 2022 r., o czym szeroko informowało za pośrednictwem wiadomości e-mail przesyłanych do abonentów programu Smart! oraz na stronie allegro.pl. W związku z tym klauzula indeksacyjna nie została wprowadzona do żadnej umowy z konsumentami. Postępowanie wyjaśniające jest etapem wstępnym, który nie musi prowadzić do wszczęcia formalnego postępowania przeciwko Allegro. Jeżeli Prezes UOKiK zdecyduje się na dalsze działania w sprawie objętej postępowaniem wyjaśniającym, musi wszcząć przeciwko Allegro postępowanie w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów i/lub zastosowania klauzul abuzywnych (zakres postępowania wyjaśniającego nie wskazuje dokładnego zarzutu). Do dnia sporządzenia niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego Allegro nie otrzymało dalszej korespondencji z UOKiK w tej sprawie.

NIEFORMALNE WNIOSKI O UDZIELENIE INFORMACJI KIEROWANE PRZEZ PREZESA UOKIK

W przeszłości Prezes UOKiK zwracał się do Grupy z nieformalnymi wnioskami o udzielenie informacji na temat jej działalności i może kierować podobne wnioski w przyszłości. Wnioski takie mogą dotyczyć ochrony konkurencji i/lub ochrony konsumentów.

W przypadku, gdy Prezes UOKiK uzna odpowiedź na taki nieformalny wniosek o udzielenie informacji za niewystarczającą, może on wystosować dodatkowe nieformalne wnioski i/lub wszcząć postępowanie wyjaśniające, antymonopolowe lub postępowanie w sprawie ochrony konsumentów.

W odniesieniu do opisanego powyżej postępowania wyjaśniającego Grupa oceniła, że nie jest prawdopodobne, aby w celu wypełnienia zobowiązania konieczny był wypływ środków zawierających w sobie korzyści ekonomiczne, a kwoty zobowiązania nie można na tym etapie wycenić w sposób wystarczająco wiarygodny, dlatego nie utworzono żadnej rezerwy z tego tytułu.

Postępowania, które miały miejsce po 31 grudnia 2022 r., ale przed datą publikacji niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego, zostały opisane w Nocie 35 „Zdarzenia po dacie bilansowej”.

32.3. Zasady rachunkowości

Zgodnie z zasadami rachunkowości stosowanymi przez Grupę i określonymi w MSR 37 „Rezerwy, zobowiązania warunkowe i aktywa warunkowe”, zobowiązania warunkowe są rozumiane jako:

- możliwe zobowiązania, które powstaną na skutek zdarzeń przeszłych, których istnienie zostanie potwierdzone dopiero w momencie wystąpienia lub niewystąpienia niepewnych przyszłych zdarzeń, które nie w pełni podlegają kontroli Grupy, lub
- bieżące zobowiązania wynikające z przeszłych zdarzeń, ale ujawnione w sprawozdaniu finansowym, ponieważ:
 - jest mało prawdopodobne, że spełnienie się tego obowiązku doprowadzi do konieczności wypływu środków zawierających w sobie korzyści ekonomiczne, lub
 - kwoty zobowiązań nie można wiarygodnie oszacować.

Zobowiązania warunkowe nie są ujmowane w Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym, ale informacje o nich są ujawniane w notach, chyba że prawdopodobieństwo wypływu środków zawierających w sobie korzyści ekonomiczne jest znikome.

33. Aktywa, na których zostały ustanowione zabezpieczenia

W dniu 29 września 2020 r. Grupa zawarła nową umowę kredytową, w związku z tym zastawy i zabezpieczenia zostały ustalone w następujący sposób:

- zastaw na udziałach Allegro i Ceneo.pl, ujęty w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym jako aktywa netto w wysokości 9 527 412 PLN;
- Zastaw rejestrowy udzielony przez Allegro oraz Ceneo.pl na kluczowych znakach towarowych będących własnością Allegro oraz Ceneo.pl, wraz z pełnomocnictwem udzielonym na mocy prawa polskiego, na kluczowe domeny internetowe Allegro.pl oraz Ceneo.pl w kwocie 914 720 PLN (ujęte w kwocie powyżej);
- poddanie się egzekucji według prawa polskiego, złożone przez Allegro, Ceneo.pl oraz Allegro.eu.

34. Zobowiązania z tytułu umów

34.1 Zobowiązania kapitałowe

WARTOŚCI NIEMATERIALNE I PRAWNE

Na dzień 31 grudnia 2022 r. przyszłe zobowiązania umowne Grupy dotyczące nakładów na wartości niematerialne i prawne nieujęte w sprawozdaniu z sytuacji finansowej wyniosły 95 901 PLN i dotyczyły głównie rozwoju oprogramowania. Zobowiązania umowne na dzień 31 grudnia 2021 r. wynosiły 141 377 PLN.

AKTYWA Z TYTUŁU PRAWA DO UŻYTKOWANIA

W 2022 r. Grupa zawarła różne umowy leasingowe dotyczące magazynów i gruntów, które nie zostały jeszcze ujęte jako zobowiązania leasingowe, ponieważ odpowiednie nieruchomości są jeszcze w budowie lub w trakcie wyposażania. Łączne oczekiwane zobowiązanie z tytułu przyszłych opłat leasingowych związanych z tymi przyszłymi aktywami z tytułu prawa do użytkowania wynosi 22 750 PLN (31 grudnia 2021 r.: 266 283 PLN).

35. Zdarzenia po dacie bilansowej

NOWE KONTRAKTY SWAP ZABEZPIECZAJĄCE STOPĘ PROCENTOWĄ („IRS”)

W dniu 10 stycznia 2023 r. Grupa zawarła kontrakt swap zamieniający zmienną stopę procentową na stopę stałą w odniesieniu do zaciągniętych przez Grupę kredytów w wysokości 500 000 PLN, zabezpieczający stałą stopę procentową w wysokości 4,715%. Zabezpieczenie obowiązuje od 30 czerwca 2024 r. i wygasa z dniem 31 października 2025 r.

W dniu 14 marca 2023 r. Grupa zawarła kontrakt swap zamieniający zmienną stopę procentową na stopę stałą w odniesieniu do zaciągniętych przez Grupę kredytów w wysokości 500 000 PLN, zabezpieczający stałą stopę procentową w wysokości 4,767%. Zabezpieczenie obowiązuje od 30 czerwca 2024 r. i wygasa z dniem 31 października 2025 r.

POSTĘPOWANIE WYJAŚNIAJĄCE DOTYCZĄCE ALLEGRO PAY

W dniu 27 stycznia 2023 roku Allegro Pay otrzymało postanowienie o wszczęciu postępowania wyjaśniającego wraz z pytaniami Prezesa UOKiK w sprawie warunków udzielania kredytów konsumenckich, a także testu, który dotyczył usunięcia płatności kartą z metod spłaty zobowiązań wobec Allegro Pay. Postępowanie ma na celu zbadanie, czy działania lub Regulamin Allegro Pay mogły naruszać zbiorowe interesy konsumentów lub zawierać nieuczciwe postanowienia umowne. Postępowanie wyjaśniające jest etapem wstępnym, który nie musi prowadzić do wszczęcia formalnego postępowania przeciwko Allegro Pay. Jeżeli Prezes UOKiK zdecyduje się na dalsze działania w sprawie objętej postępowaniem wyjaśniającym, musi wszcząć postępowanie w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów i/lub zastosowania klauzul abuzywnych (zakres postępowania wyjaśniającego nie wskazuje dokładnego zarzutu). Do dnia sporządzenia Raportu Allegro Pay nie otrzymało dalszej korespondencji z UOKiK w tej sprawie.

POSTĘPOWANIA WYJAŚNIAJĄCE DOTYCZĄCE EBILET

W dniu 9 marca 2023 roku eBilet otrzymał postanowienie Prezesa UOKiK o wszczęciu postępowania w sprawie naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, a następnie wezwanie do udzielenia informacji. Zarzuty Prezesa UOKiK dotyczą podawania konsumentom wprowadzających w błąd informacji o najniższej cenie biletu w serwisie eBilet, które nie zawierają dodatkowych (a zdaniem UOKiK – obowiązkowych) opłat. Decyzję o wszczęciu postępowania poprzedziły nieformalne wezwania Prezesa UOKiK do udzielenia informacji w 2022 r., na które eBilet odpowiedział, w wyniku czego obok ceny biletu dodano adnotację informującą o możliwości zastosowania dodatkowej opłaty. eBilet analizuje decyzję i przygotowuje odpowiedzi na pytania UOKiK.

Jeśli Prezes UOKiK zaakceptuje odpowiedzi eBilet, postępowanie zakończy się bez dalszych czynności. Jeśli nie, UOKiK wyda decyzję w sprawie naruszenia, z karą lub bez kary. Jeśli miałaby zostać nałożona kara, to zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji mogłaby ona wynieść nawet do 10 proc. obrotów eBilet w roku obrotowym poprzedzającym wydanie decyzji. Prezes UOKiK może również nakazać usunięcie skutków naruszenia (np. obowiązek zadośćuczynienia poszkodowanym konsumentom). Na dzień sporządzenia Sprawozdania trudno jest ocenić potencjalny wynik postępowania.

W oparciu o posiadane przez Grupę informacje oraz ocenę doradcy prawnego Grupy na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania, Grupa nie ma powodu sądzić, że wynik przedmiotowej sprawy miałby istotny wpływ na Grupę.

PROGRAM SKUPU AKCJI WŁASNYCH ALLEGRO

W dniu 21 lutego 2023 r. Grupa ogłosiła, że rozpocznie program skupu akcji własnych w celu przekazania nagród przyznanych w ramach programu Allegro Incentive Program. 27 lutego 2023 r. Grupa zakończyła program skupu akcji własnych, w wyniku którego nabyła 725 000 akcji o wartości 20 056 PLN. Akcje te będą utrzymywane jako Akcje Własne do czasu wydania ich pracownikom biorącym udział w programie Allegro Incentive Program.

POZOSTAŁE INFORMACJE

36. Transakcje z podmiotami powiązanymi

Transakcje z podmiotami powiązanymi dotyczą rozliczeń z tytułu usług doradczych, zarządzania oraz udzielonych pożyczek. Wszystkie transakcje zostały zawarte na warunkach rynkowych.

Grupa dokonała następujących transakcji z podmiotami powiązanymi w okresie zakończonym 31 grudnia 2022 r. oraz 31 grudnia 2021 r.:

Podmiot powiązany	01.01 – 31.12.2022				Stan na 31.12.2022		
	Przychody	Koszty	Przychody finansowe	Koszty finansowe	Należności	Zobowiązania	Pożyczki udzielone
Jednostki stowarzyszone:							
Polskie Badania Internetu sp. z o.o.	—	273	—	—	—	—	—
Fundacja Allegro All For Planet	109	1 600	—	—	—	—	—
Inne:							
Business Office Services.	—	576	—	—	—	—	—
Alter Domus Luxembourg S.à r.l.	—	957	—	—	—	168	—
Culture Amp LTD	—	182	—	—	—	—	—
Razem	109	3 588	—	—	—	168	—

Podmiot powiązany	01.01 – 31.12.2021				Stan na 31.12.2021		
	Przychody	Koszty	Przychody finansowe	Koszty finansowe	Należności	Zobowiązania	Pożyczki udzielone
Jednostki stowarzyszone:							
Polskie Badania Internetu sp. z o.o.	—	368	—	—	—	28	—
Fundacja Allegro All For Planet	—	900	—	—	—	—	—
Inne:							
Alter Domus Luxembourg S.à r.l.	—	166	—	—	—	656	—
Culture Amp LTD	—	127	—	—	—	—	—
Razem	—	1 561	—	—	—	684	—

37. Zatrudnienie

Tabela poniżej prezentuje liczbę pracowników na dzień sprawozdawczy 31 grudnia 2022 r. i 31 grudnia 2021 r.:

	31.12.2022	31.12.2021
Umowa o pracę	5 930	3 613
Kontraktorzy (B2B), agencje pracy i usługi zewnętrzne	1 910	1 235
Razem	7 840	4 848



38. Wynagrodzenie kierownictwa

Wynagrodzenie kluczowego kierownictwa Grupy obejmowało:

	31.12.2022	31.12.2021
Krótkoterminowe świadczenia pracownicze	24 574	17 341
Płatności w formie akcji	13 752	5 699
Razem	38 326	23 040

Łączne wynagrodzenie Kluczowej Kadry Kierowniczej Grupy (Rady Dyrektorów i kluczowych członków wyższego kierownictwa) obejmowało: wynagrodzenia, świadczenia, koszty odpraw, premie za podpisanie umowy oraz koszty Programu Motywacyjnego Allegro. Kluczowe kierownictwo Grupy obejmuje członków Rady Dyrektorów Jednostki Dominującej oraz członków Zarządu głównej spółki operacyjnej, Allegro.

Program motywacyjny Allegro Incentive Plan

Program Motywacyjny Allegro jest programem płatności opartych na akcjach, wprowadzonym przez Grupę w 2020 roku. Nagrody w programie AIP mogą być przyznawane w formie Świadczeń w postaci Ekwiwalentów akcji za wyniki lub Świadczenie w postaci ekwiwalentów akcji o ograniczonej zbywalności, które dają uczestnikom prawo do bezpłatnego otrzymania Akcji po upływie okresu nabywania uprawnień. Świadczenie w postaci ekwiwalentów akcji za wyniki jest przeznaczone dla Kluczowych Dyrektorów Grupy.

Program został sklasyfikowany jako program motywacyjny oparty na akcjach rozliczany w instrumentach kapitałowych i został ujęty w kosztach pracowniczych i pozostałych kapitałach rezerwowych.

Szczegółowy opis programu AIP przedstawiono w Nocie 27.2.

39. Wynagrodzenie biegłego rewidenta

Poniższa tabela przedstawia wynagrodzenie biegłego rewidenta za okres sprawozdawczy zakończony 31 grudnia 2022 r. i 31 grudnia 2021 r. w podziale na rodzaje usług świadczonych na rzecz Grupy przez PricewaterhouseCoopers, Société coopérative Luxembourg oraz podmioty z sieci PwC.

	31.12.2022	31.12.2021
Obowiązkowe badanie rocznego sprawozdania finansowego	4 251	1 559
Przeglądy kwartalne	552	546
Inne	40	—
Razem	4 843	2 105

Powyższe usługi są uznawane za dozwolone na mocy odpowiednich przepisów UE, Luksemburga, Polski, Czech i Słowenii dotyczących niezależności. Firma PwC potwierdziła niezależność wobec Komitetu Audytu podczas badania w 2022 roku oraz na posiedzeniu zamykającym w dniu 28 marca 2023 roku. Usługi niebędące badaniem w latach 2022 i 2021 dotyczą przeglądów Śródrocznych Skróconych Skonsolidowanych Sprawozdań Finansowych oraz wsparcia przy weryfikacji dostawców. Kwestia ta podlegała zatwierdzeniu przez Komitet Audytu.