

Tłumaczenie poświadczane z języka angielskiego

[Dokument elektroniczny w formacie .pdf dostępny pod adresem
<https://about.allegro.eu/static-files/113bd66e-1938-4f48-9fb8-f7c9911d2793>]

allegro

SKONSOLIDOWANY RAPORT ROCZNY
GRUPY ALLEGRO.EU

za rok zakończony 31 grudnia 2023 r.



SPIS TREŚCI

LIST OD PREZESA	4	NOTY DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW	382
I. INFORMACJE OGÓLNE	9	8. Informacje dotyczące segmentów działalności	382
1. Definicje	10	9. Przychody z umów z klientami	390
2. Wprowadzenie	14	10. Przychody finansowe i koszty finansowe	400
3. Stwierdzenia dotyczące przyszłości	16	11. Podatek dochodowy	401
4. Prezentacja informacji finansowych	17	12. Zysk przypadający na jedną akcję	406
II. RAPORT Z DZIAŁALNOŚCI	23	NOTY DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA Z SYTUACJI FINANSOWEJ	408
1. Wybrane skonsolidowane dane finansowe i operacyjne	24	13. Wartości niematerialne i prawne	408
2. Omówienie i analiza przez kierownictwo sytuacji finansowej i wyników działalności operacyjnej	26	14. Rzeczowe aktywa trwałe	416
3. Podsumowanie najważniejszych wydarzeń	64	15. Zapasy	420
4. Raport na temat wynagrodzeń	70	16. Należności handlowe oraz pozostałe należności	421
5. Oczekiwania dla Grupy	106	17. Przedpłaty	423
6. Aktualne trendy sprzedażowe	109	18. Pożyczki konsumenckie	424
III. RAPORT NIEFINANSOWY	121	19. Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	429
1. Model biznesowy, działalność operacyjna i ład korporacyjny	122	20. Kredyty i pożyczki	430
2. System zarządzania ryzykiem, czynniki ryzyka i kwestie regulacyjne	160	21. Leasing	433
3. Podejście do kwestii środowiskowych, społecznych i zarządczych	246	22. Podatek odroczony	439
IV. SPRAWOZDANIE FINANSOWE	345	23. Zobowiązania wobec pracowników	446
1. Oświadczenie o odpowiedzialności	346	24. Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania	450
2. Sprawozdanie z badania	348	25. Pochodne instrumenty finansowe	451
3. Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe	358	26. Aktywa i zobowiązania finansowe	455
Skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów	358	NOTA DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA ZE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM	458
Skonsolidowane sprawozdanie z sytuacji finansowej	360	27. Kapitał własny	458
Skonsolidowane sprawozdanie ze zmian w kapitale własnym	362	NOTY DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH	463
Skonsolidowane sprawozdanie z przepływów pieniężnych	364	28. Informacje o przepływach pieniężnych	463
NOTY DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO	366	RYZYKA	468
1. Informacje ogólne	366	29. Istotne szacunki i osądy księgowe	468
2. Podstawa sporządzenia	367	30. Zarządzanie ryzykiem finansowym	482
3. Podsumowanie istotnych zasad rachunkowości	368	31. Zarządzanie kapitałem	491
4. Skład Rady Dyrektorów	374	POZYCJE POZABILANSOWE	492
5. Połączenia jednostek gospodarczych	375	32. Zobowiązania warunkowe	492
6. Struktura Grupy	376	33. Aktywa, na których zostały ustanowione zabezpieczenia	493
7. Zatwierdzenie Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego	381	34. Zobowiązania z tytułu umów	493
		35. Zdarzenia po dacie bilansowej	494
		INNE INFORMACJE	496
		36. Transakcje z podmiotami powiązаныmi	496
		37. Zatrudnienie	498
		38. Wynagrodzenie kierownictwa	498
		39. Wynagrodzenie biegłego rewidenta	499

Szanowni Akcjonariusze,

Nasza firma ma ugruntowaną kulturę innowacyjności w zakresie usług opartych na technologii. Allegro rozpoczęło swoją działalność w grudniu 1999 roku jako polski serwis aukcyjny typu konsument-konsument. W ciągu kolejnych dwudziestu pięciu lat staliśmy się największym w Europie rodzimym rynkiem typu biznes-konsument, który obecnie działa w sześciu krajach. Wprowadzaliśmy innowacje, aby nieustannie poprawiać doświadczenia naszych użytkowników, przekształcać nasz model biznesowy i zwiększać skalę naszej działalności. Nasza kreatywność w zaspokajaniu i często również przewidywaniu potrzeb użytkowników ma kluczowe znaczenie dla naszej zdolności do pozyskiwania nowych klientów i sprzedawców na naszym rynku. W moim liście z zeszłego roku skupiłem się na podkreśleniu siły modelu sieciowego. Napisałem, że zbiorowa siła blisko 150 000 sprzedających, podejmujących miliony niezależnych decyzji na podstawie własnej wiedzy i doświadczenia, poszerza asortyment i tworzy wartość dla konsumentów. W rezultacie model sieciowy każdego roku przyciąga miliony klientów, którzy poszukują stale rosnącego asortymentu w atrakcyjnych cenach. Cała siła tego modelu tkwi w jego elastyczności. Niezależnie od potrzeb, to właśnie Allegro jest pierwszym miejscem, w którym można znaleźć to, co potrzebne. W 2023 r. konsumenci koncentrowali się na artykułach codziennego użytku, poszukując zniżek w związku z panującą inflacją. My odnotowaliśmy stabilny wzrost, podczas gdy większość sprzedawców detalicznych zmagala się z trudnościami. W 2024 r. konsumenci mogą ponownie zacząć zwracać uwagę na artykuły o bardziej uznaniowym charakterze i będą mogli znaleźć je również na Allegro. Wszystko to jest dostępne na naszej platformie!

Nasz stały wzrost w stosunkowo trudnych czasach dla branży e-commerce na przestrzeni ostatnich lat podkreśla również inny ważny aspekt naszego sposobu prowadzenia działalności: lojalność. Chcemy zapewniać naszym klientom na tyle dobre doświadczenia związane z zakupami na naszej platformie, aby chcieli wciąż do nas powracać. Z naszych badań wynika, że kupujący na Allegro najczęściej trafiają bezpośrednio do serwisu, a im ważniejszy jest dla nich dany produkt, tym większa szansa, że kupią go właśnie na Allegro. Co więcej, przywiązanie kupujących do Allegro idzie w parze z dokonywaniem rutynowych zakupów na naszej platformie. Im więcej klientów robi u nas zakupy, tym większa staje się ich lojalność. Ponad jedna trzecia Polaków jest już aktywnymi kupującymi na Allegro. Połowa polskich firm również robi u nas zakupy. Jedna czwarta aktywnych kupujących (3,7 miliona) dokonała u nas w zeszłym roku co najmniej jednego zakupu tygodniowo. Kolejne czternaście procent (2,1 miliona) dokonywało u nas zakupów co najmniej raz na dwa i pół tygodnia. To samo dotyczy również sprzedawców – prawie połowa z nich jest z nami od ponad pięciu lat i generuje trzy czwarte GMV. W tym roku chcemy jeszcze bardziej zintensyfikować te relacje.

Rewolucja cyfrowa sprawiła, że nawiązanie relacji z klientami stało się o wiele łatwiejsze, ale znacznie trudniej jest je utrzymać. Nasz program lojalnościowy Smart! oferuje nieograniczoną bezpłatną wysyłkę i oferty specjalne dostępne tylko dla jego uczestników. Jest to nadal kluczowy sposób na podtrzymanie więzi z lojalnymi klientami. Nowi członkowie programu Smart! zazwyczaj zwiększają swoje zakupy o ponad 30% w ciągu dwunastu miesięcy od dołączenia. Chociaż liczba członków programu Smart! pozostała w ubiegłym roku na względnie stałym poziomie, znacznie zwiększyliśmy udział płatnych abonamentów do ponad 95%. Najwyraźniej klienci cenią sobie korzyści, jakie oferuje udział w programie. Obserwujemy znaczący wzrost częstotliwości odwiedzin klientów w naszej aplikacji mobilnej.

Jest to zdecydowanie najpopularniejsze narzędzie do robienia zakupów online w Polsce, ze średnią liczbą piętnastu i pół miliona użytkowników miesięcznie. Wykorzystujemy popularność aplikacji i programu Smart!, proponując członkom programu Smart! specjalne oferty i kupony dostępne wyłącznie w aplikacji. Nieco ponad rok temu nadaliśmy również priorytet kategoriom Zdrowie i Uroda oraz Niechłodzone produkty spożywcze, nie tylko dlatego, że segmenty te były słabo rozwinięte w Internecie, ale także dlatego, że wiążą się one z częstszymi zakupami. Wciąż ulepszamy nasze funkcjonalności, takie jak listy zakupów, skanowanie produktów i ulubione, które ułatwiają dokonywanie zakupów w tych kategoriach. Nasz fintech, Allegro Pay, która działa już trzeci rok, obsługuje coraz większą część zakupów dokonywanych przez klientów. Obecnie wprowadzamy Allegro Cash (aktualnie w fazie pilotażowej) jako nową metodę płatności z opcją cashbacku za zakupy na naszej platformie – im więcej zakupów u nas, tym więcej złotych trafi na konto kupującego.

Dbanie o lojalność klientów jest warte zachodu. Aktualnie Allegro obsługuje prawie 20 milionów aktywnych kupujących w całej Europie Środkowej. Roczna wartość sprzedaży brutto (GMV) przypadająca na przeciętnego polskiego aktywnego kupującego wzrosła w IV kwartale 2023 r. o 6,4% r/r do 3 739 PLN. Łącznie Allegro zakończyło 2023 r. z GMV w Polsce na poziomie 55 mld PLN. Oznacza to wzrost o 11% za cały rok i niezmiennie lepszy wynik niż ogólna dynamika sprzedaży detalicznej w Polsce, gdzie generujemy 94% naszej działalności. Te świetne wyniki potwierdzają, że jesteśmy platformą zakupową wybieraną przez wszystkich, którzy szukają dobrej relacji jakości do ceny, zwłaszcza w warunkach wysokiej inflacji.

Mocne strony Allegro w obszarze innowacyjności i budowania lojalności klientów są już dobrze ugruntowane. Jednak w miarę naszego rozwoju i wzrostu liczby osób uczestniczących w podejmowaniu wszelkich decyzji lub realizacji zadań, dążenie do doskonałości operacyjnej stało się obszarem wymagającym coraz większej uwagi ze strony kierownictwa. Dotyczy to zwłaszcza procesów o charakterze powtarzalnym, w których dane wejściowe w procesie decyzyjnym są zawsze takie same.

Program „Fit to Grow” wprowadził nowe rygorystyczne zasady dotyczące nakładów kapitałowych i decyzji dotyczących zatrudnienia, co przełożyło się na zmniejszenie o 35% wydatków kapitałowych grupy w ubiegłym roku. W tym samym czasie zatrudnienie w biurach zmniejszyło się o 3%. Wprowadziliśmy również nowe procesy zarządzania zasobami i uzgadniania inwestycji (znane wewnętrznie jako RAMP i 4D), które dają większą widoczność zakresu i skali inwestycji w oprogramowanie. Chociaż w przyszłości tempo naszych inwestycji w pracowników i kapitał może podlegać zmianom, to zawsze naszym głównym kryterium zatwierdzania projektów będzie zwrot z inwestycji. To samo dotyczy kosztów zmiennych, takich jak koszty marketingu. Prawie każdy aspekt świata online jest mierzalny, dzięki czemu nasze modele analityczne umożliwiają nam podejmowanie zaawansowanych decyzji opartych na wskaźniku ROI dla każdego kliknięcia, które kupujemy. W świecie fizycznym, w obszarach takich jak fulfillment i dostawy, zwracamy maksymalną uwagę na koszty jednostkowe, szybkość i niezawodność dostaw. W ciągu ostatniego roku wykorzystanie naszej własnej sieci automatów paczkowych wzrosło ponad trzykrotnie i kontynuujemy ścisłą współpracę z dostawcami w celu ograniczenia naszych kosztów.

Takie samo podejście do działania będziemy stosować przy każdym wprowadzaniu naszej platformy do nowego kraju. Większość krajów, w których działamy, to kraje mniejsze od Polski, więc musimy działać szybko i wydajnie pod względem kosztów. Jesteśmy bardzo zadowoleni z początkowych wyników uzyskanych w Czechach. Nasz asortyment jest dziesięciokrotnie większy niż w przypadku drugiego największego podmiotu w branży e-commerce. Gwarancją Najniższej Ceny objętych jest już ponad 70 000 produktów, coraz częściej jesteśmy postrzegani jako miejsce, w którym można dokonać zakupów w najbardziej konkurencyjnych cenach w kraju, a pomimo kilku kwartałów spadku realnego popytu konsumenckiego, około 15% ludności Czech stało się aktywnymi kupującymi na Allegro. Już ponad pół miliona czeskich konsumentów korzysta z programu Smart!, a nasza aplikacja mobilna jest drugą najpopularniejszą aplikacją w kraju pod względem liczby pobrań.

[1] Sorted by traffic. Source: company information, SimilarWeb.

Wejście na rynek czeski zajęło nam trochę czasu, który poświęciliśmy na wyciąganie wniosków i staranne doprecyzowanie zasad działania dla kolejnych uruchomień. Zainwestowaliśmy ok. 33 mln PLN w oprogramowanie. Allegro.cz otworzyło swoje podwoje dla klientów w maju ubiegłego roku. Intensywne działania marketingowe rozpoczęliśmy jednak dopiero pod koniec lipca. W ciągu pół roku staliśmy się drugim największym graczem e-commerce w kraju pod względem ruchu. Nasze wirtualne drzwi dla klientów ze Słowacji otworzyliśmy 29 lutego i wkrótce ruszymy z naszą działalnością w pełnym zakresie. Bardzo cieszy nas perspektywa rozwinięcia skrzydeł na drugim już rynku w ciągu niespełna dwunastu miesięcy. Jak dotąd nasze zasady działania świetnie się sprawdzały. W przypadku tego drugiego uruchomienia platformy Allegro działamy nie tylko szybciej, ale także oszczędniej, ponieważ koszty oprogramowania wynoszą zaledwie 5 mln PLN. Zakładamy, że próg rentowności na każdym nowym rynku uda nam się osiągnąć w przeciągu 3 do 4 lat.

Ostatnią kwestią, którą chciałbym poruszyć, jest rekrutacja i rozwój talentów. Talenty pozostają naszym najcenniejszym zasobem, który musimy wykorzystywać i rozwijać w sposób przemyślany i świadomy. W tym roku podjęliśmy znaczące wysiłki w celu zwiększenia zarówno wydajności, jak i dyscypliny podstawowych procesów HR, w szczególności w zakresie zatrudniania, oceny wyników i planowania kariery. Uprościliśmy również i doprecyzowaliśmy naszą strukturę funkcjonalną, aby móc funkcjonować jako jednolita organizacja w wielu krajach. Kluczową zasadą przy tworzeniu projektu było wyeliminowanie dublujących się obowiązków przy jednoczesnym promowaniu większej współpracy pomiędzy poszczególnymi funkcjami. Jesteśmy dumni z naszych polskich i czeskich korzeni i nie zamierzamy rozbudowywać naszych biur poza naszymi krajami macierzystymi. Jesteśmy jednak również jednym z największych pracodawców w branży e-commerce w naszym regionie, a co za tym idzie, nie ma w naszej okolicy zbyt wielu firm, które pozwoliłyby menedżerom zdobyć doświadczenie w prowadzeniu działalności na taką skalę, z takim poziomem złożoności i tempem wzrostu, jakim cechuje się nasza firma. W ostatnich latach z powodzeniem przyciągaliśmy talenty z innych krajów, ale musimy wykształcić więcej skutecznych menedżerów z naszych własnych szeregów.

W zeszłym roku wspominałem, że pracujemy nad określeniem zasad postępowania, jakimi powinni kierować się nasi liderzy. „The Allegro Way” to dwanaście zasad, w opracowanie których zaangażowanych było kilkaset osób. Odzwierciedlają one etos naszej firmy na przestrzeni dwudziestu pięciu lat, a także opisują sposób, w jaki się rozwijamy, okazujemy zaangażowanie i działamy (zarówno samodzielnie, jak i we współpracy z innymi). Jesteśmy przekonani, że jeśli sposób postępowania menedżerów odzwierciedla mocne strony wynikające z tych zasad, to demonstrować oni w ten sposób swój potencjał jako liderzy Allegro. W związku z tym uwzględniliśmy zasady The Allegro Way w naszych podstawowych procesach zatrudniania, oceny i planowania kariery.

W 2023 r. udało nam się poczynić znaczące postępy, zwłaszcza pod względem znaczącego wzrostu zysku EBITDA w Polsce i zmniejszenia dźwigni finansowej w grupie. Pomimo tego, że konsumenci w Polsce w dalszym ciągu podchodzą do swoich wydatków bardzo ostrożnie, udało nam się zapewnić firmie solidne fundamenty finansowe. Zrobiliśmy ogromne postępy w realizacji naszego nadrzędnego celu, jakim jest zdobycie pozycji najpopularniejszej platformy handlowej online w Europie, dzięki stworzeniu nowych mechanizmów zwiększających lojalność klientów, sprawnej realizacji zamówień i niskim barierom wejścia na rynek dla nowych sprzedawców. Jesteśmy jednak bardzo niezadowolony z wciąż słabych wyników działalności MALL i CZC oraz związanych z tym odpisów księgowych. Jest to najważniejsza i najbardziej boleśnie widoczna „niedokończona sprawa” spośród Siedmiu Priorytetów, które wyznaczyliśmy, gdy objąłem stanowisko CEO we wrześniu 2022 roku. Biorąc pod uwagę znacznie lepsze wyniki finansowe działalności w Polsce i sukces Allegro.cz, kierownictwo zwróciło znacznie większą uwagę na ten problem. Dajemy sobie nie więcej niż dwadzieścia cztery miesiące na dokończenie naszego projektu transformacji i wypracowanie pozytywnego wkładu finansowego dla Grupy.

Powiedziałem w zeszłym roku, że to niesamowite szczęście być CEO Allegro. Nic się w tym zakresie nie zmieniło. Jestem niezmiernie wdzięczny za całą pracę i często fantastyczne wyniki, które nasze zespoły wypracowały w 2023 roku. Mamy oczywiście jeszcze wiele do zrobienia, ale udało nam się już poczynić ogromne postępy zarówno we wzmacnianiu podstawowych obszarów naszej działalności w Polsce, jak i we wprowadzaniu naszej platformy na nowe rynki w regionie.

Misją Allegro jest upraszczanie zakupów i sprzedaży. Udało nam się zrealizować wszystkie oprócz jednego z siedmiu priorytetów, o których informowaliśmy we wrześniu 2022 roku. Wprowadziliśmy pewne znaczące innowacje, które jeszcze bardziej wspierają lojalność klientów – i widać wyraźnie, że lojalność klientów nadal wzrasta. Zaczęliśmy kłaść większy nacisk na doskonałość operacyjną w Polsce i odnotowujemy coraz lepsze wyniki finansowe. Nasz plan ekspansji zakładający ograniczone nakłady inwestycyjne zaczyna przynosić pierwsze sukcesy. Dokładamy wszelkich starań, aby rozwijać i jeszcze efektywniej wykorzystywać nasze najcenniejsze aktywa, jakimi są umysły naszych niezwykle utalentowanych pracowników. Mamy już zatem większość narzędzi, których potrzebujemy. Nieustannie podążamy w kierunku, który obraliśmy w zeszłym roku, i robimy kolejne postępy na tej drodze.



Roy Peticucci
CEO



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 International Segment”	Nowo utworzony segment obejmujący działalność typu business-to-consumer (B2C), prowadzoną na terytorium Czech, obejmującą internetową platformę handlową i powiązane z nią usługi, takie jak pożyczki konsumenckie i operacje logistyczne (obejmuje wyłącznie działalność handlową Allegro.cz prowadzoną przez podmiot prawny Allegro sp. z o.o.).	„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.	„MSR”	Międzynarodowe Standardy Rachunkowości przyjęte przez UE.
„Allegro Pay”	Allegro Pay Sp. z o.o.	„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.	„MSSF”	Międzynarodowe Standardy Sprawozdawczości Finansowej przyjęte przez UE.
„APM” lub „Skrytki”	Automaty paczkowe.	„CPC”	Koszt opłaty za jedno kliknięcie (Cost Per Click)	„IPO”	Pierwsza oferta publiczna akcji Spółki na GPW.
„BaaS”	Bankowość jako usługa (Banking-as-a-Service).	„eBilet”	eBilet Polska Sp. z o.o.	„z uwzględnieniem Mall”	z uwzględnieniem istotnych informacji dotyczących Mall Group a.s. i WEJDO CZ s.r.o. oraz ich operacyjnych bezpośrednich i pośrednich jednostek zależnych.
„BNPL”	Kup teraz, zapłać później (Buy Now Pay Later).	„KE”	Komisja Europejska.	„Działalność międzynarodowa”	Suma „Segmentu Mall” i „Segmentu Allegro International”, po wyłączeniach międzysegmentowych.
„Rada”	Rada Dyrektorów Allegro.eu	„UE”	Unia Europejska.	„IT”	Technika informatyczna.
„Ceneo.pl”	Ceneo.pl sp. z o.o.	„z wyłączeniem Mall”	z wyłączeniem istotnych informacji dotyczących Mall Group a.s. i WEJDO CZ s.r.o. oraz ich operacyjnych bezpośrednich i pośrednich jednostek zależnych.	„Sprzedane pozycje”	Suma wszystkich pozycji artykułów sprzedanych na platformie handlowej w danym okresie. Na przykład zakup dwóch jednostek określonego artykułu od sprzedawcy w ramach jednej transakcji zakupu jest liczony jako dwie pozycje.
„EŚW”	Europa Środkowa i Wschodnia.	„Rok obrotowy”	Rok obrotowy Grupy kończący się 31 grudnia odpowiedniego roku kalendarzowego.	„I poł.”	Pierwsze półrocze danego roku, okres sześciu miesięcy zakończony 30 czerwca.
„CE-5”	Pięć krajów w Europie Środkowej, w których działa Grupa Mall: Chorwacja, Czechy, Węgry, Słowacja, Słowenia	„GMV”	Wartość sprzedaży brutto.	„II półrocze”	Drugie półrocze danego roku, okres sześciu miesięcy zakończony 31 grudnia.
		„Grupa”	Allegro.eu i jej spółki zależne podlegające konsolidacji.	„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 przejściu 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 WEJDO 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 WEJDO CZ s.r.o. (CZ) oraz ich operacyjne bezpośrednie i pośrednie jednostki zależne na dzień 31 grudnia 2023 r.: WEJDO 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., m-HU Internet Kft., CZC.cz s.r.o., AMG Media a.s. Podmioty te tworzą „Segment Mall”, który stanowi segment sprawozdawczy uwzględniony w sprawozdaniu finansowym Grupy. Zwracamy uwagę, że z dniem 1 stycznia 2024 r. spółki CZC.cz s.r.o., WEJDO s.r.o. (CZ) i AMG Media a.s. zostały połączone przez wchłonięcie z siostrzaną spółką Internet Mall a.s. Z dniem realizacji połączenia, spółka będąca następcą prawnym Internet Mall a.s. zmieniła nazwę na Allegro Retail a.s.
				„MOV”	Minimalna wartość zamówienia niezbędna do otrzymania usługi lub rabatu.
				„N/D”	Nie dotyczy.
				„DND”	Dostawa następnego dnia.
				„UOKIK”	Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (skrót: UOKIK).
				„Permira”	W zależności od kontekstu, dowolna, dowolne lub wszystkie z następujących spółek: Permira Holdings Limited, Permira Credit 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”, po wyłączeniach międzysegmentowych: Allegro Sp. z o.o. (dawniej funkcjonująca pod nazwą: Allegro.pl sp. z o.o.), Allegro Pay sp. z o.o., Allegro Finance sp. z o.o., Opennet.pl sp. z o.o. i SCB Warszawa sp. z o.o. (dawniej 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”	Oплата 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 30 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 2023 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 Cidinan S.à r.l., reprezentująca interesy Cinven & Co-Investors, 31,39%, spółka Permira VI Investment Platform Limited, reprezentująca interesy Permira & Co-Investors oraz do 10 października 2023 r. spółka Mepinan S.à r.l., reprezentująca interesy Mid Europa Partners Funds. Od 10 października 2023 r. spółka Mepinan S.à r.l. nie jest już uważana za Znaczącego Akcjonariusza w związku ze zbyciem akcji, w wyniku którego jej udział spadł poniżej 5% akcji Spółki.
„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.



2.

Wprowadzenie

Niniejszy dokument stanowi raport rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2023 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 i Ceneo.pl są głównymi spółkami operacyjnymi Grupy w Polsce, utworzonymi zgodnie z prawem polskim. Grupa jest również operatorem eBilet, wiodącego portalu sprzedaży biletów na imprezy w Polsce. Działalność fintech Grupy w Polsce jest prowadzona za pośrednictwem innych polskich spółek zależnych: Allegro Pay i Allegro Finance.

Od 1 kwietnia 2022 r. do Grupy Allegro.eu należą również Grupa Mall, wiodąca platforma 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 online, korzystając z trzech różnych marek w wielu segmentach rynku w Czechach, na Słowacji, w Słowenii, na Węgrzech, w Chorwacji i w Polsce. 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.

W maju 2023 r. Grupa uruchomiła swoją platformę 3P (third-party marketplace) allegro.cz w Czechach, rozpoczynając tym samym nowy etap międzynarodowej ekspansji Grupy. Wyniki działalności allegro.cz są raportowane w nowo utworzonym Segmentcie Allegro International, który wraz z Segmentem Mall obejmuje „Działalność międzynarodową” Grupy. Po miękkim uruchomieniu „Allegro.sk” na początku 2024 r., czyli kolejnym kroku w procesie ekspansji platformy, wyniki nowo uruchomionej słowackiej platformy handlowej będą również prezentowane w ramach segmentu Allegro International.

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

Na dzień sporządzenia Raportu: (i) 21,59% 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, wpisana 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 Współinwestorów, (ii) 24,88% jest kontrolowane przez Permira VI Investment Platform Limited, reprezentującą interesy Permira i Współinwestorów. Po zbyciu pakietu akcji w dniu 10 października 2023 r., udział posiadany 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, wpisana 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, spadł z 5,52% do poziomu poniżej progu 5%. W rezultacie akcje posiadane przez Mepinan S.à r.l. są uwzględniane w pozycji akcji w wolnym obrocie od października 2023 r. Na dzień sporządzenia Raportu, zgodnie z najlepszą wiedzą Kierownictwa, 53,54% jest własnością akcjonariuszy innych niż Znaczący Akcjonariusze, 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 2023 r. oraz za okresy dwunastu miesięcy zakończone 31 grudnia 2023 r. i 31 grudnia 2022 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 mierniki wyników, w tym w szczególności: GMV, Skorygowana EBITDA, Skorygowana EBITDA/przychody netto, Skorygowana EBITDA/GMV, średnia prowizja od sprzedaży, łączne nakłady inwestycyjne, skapitalizowane koszty prac rozwojowych, marża brutto w modelu 1P, pozostałe nakłady inwestycyjne, zadłużenie netto, dźwignia finansowa netto oraz kapitał obrotowy.

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;

“EBITDA” oznacza zysk z działalności operacyjnej przed uwzględnieniem amortyzacji i utworzonych odpisów z tytułu utraty wartości niematerialnych aktywów trwałych oraz pomniejszony o rozwiązanie takich odpisów z tytułu utraty wartości.

“Skorygowana EBITDA” oznacza zysk EBITDA skorygowany w celu wyłączenia kosztów transakcyjnych, kosztów restrukturyzacji zatrudnienia, kosztów postępowań 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 skutki postępowań podatkowych, odpisy z tytułu utraty wartości aktywów niematerialnych, jednorazowe koszty finansowe, takie jak prowizje z tytułu przedterminowej spłaty oraz odroczone koszty zamortyzowane wynikające z umów o refinansowanie, bez uwzględniania ich skutków 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 segmentu Allegro International: allegro.cz;

(iv) dla działalności międzynarodowej: wszystkie platformy obsługiwane przez Segment Mall i Allegro International wymienione w punktach (ii) i (iii) powyżej;

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

“GMV za ostatnie 12 mies” oznacza GMV w okresie dwunastu miesięcy poprzedzających dzień bilansowy wygenerowane przez: (i) działalność w Polsce; (ii) Segment Mall; (iii) Segment Allegro International; (iv) działalność międzynarodową lub Grupę skonsolidowaną;

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

“Dźwignia finansowa” meaoznacza zadłużenie netto podzielone przez Skorygowaną EBITDA za poprzednie dwanaście miesięcy;

“Pozostałe nakłady inwestycyjne” oznaczają kwoty zapłacone z tytułu inwestycji w budowanie właściwej zdolności centrów danych i infrastruktury logistycznej (głównie automatów paczkowych), 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 wpływ środków pieniężnych dotyczące rzeczowych aktywów trwałych oraz wartości niematerialnych i prawnych i obejmują skapitalizowane koszty prac rozwojowych oraz pozostałe nakłady inwestycyjne; oraz

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 rozbicie 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.

“Zmiany stanu kapitału obrotowego” oznaczają sumę zmian stanu zapasów, należności handlowych oraz pozostałych, rozliczeń międzyokresowych czynnych i środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania, pożyczek konsumenckich, zobowiązań handlowych oraz pozostałych, oraz zobowiązań wobec pracowników w danym okresie.

Alternatywne mierniki wyników nie są miernikami księgowymi w rozumieniu MSSF i nie mogą być prezentowane w 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 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 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 w ciągu ostatnich dwunastu miesięcy w którymkolwiek z poniższych serwisów:

- 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 segmentu Allegro International: allegro.cz;
- iv) dla działalności międzynarodowej: wszystkie platformy obsługiwane przez Segment Mall i Allegro International wymienione w punktach (ii) i (iii) powyżej;
- v) dla skonsolidowanej Grupy: wszystkie wymienione powyżej platformy prowadzone przez Grupę;

“**GMV na jednego Aktywnego Kupującego**” oznacza wartość sprzedaży (GMV) za okres ostatnich 12 miesięcy podzieloną przez liczbę Aktywnych Kupujących na koniec okresu odpowiednio dla (i) Działalności w Polsce; (ii) Segmentu Mall; (iii) Segmentu Allegro International; (iv) działalności międzynarodowej lub Grupy skonsolidowanej.





allegro

II. Raport z działalności

1.

Wybrane skonsolidowane dane finansowe i operacyjne

Rachunek zysków i strat, w mln PLN	Rok obrotowy 2023 (zbadane)	Rok obrotowy 2022 (zbadane)	Zmiana %	IV kw. 2023 (niebadane)	IV kw. 2022 (niebadane)	Zmiana %
Przychody ze sprzedaży i pozostałe dochody operacyjne razem	10 250,6	9 004,9	13,8%	3 100,0	3 082,8	0,6%
<i>w tym działalność w Polsce</i>	7 951,5	6 644,9	19,7%	2 397,6	2 025,0	18,4%
<i>w tym działalność międzynarodowa</i>	2 334,2	2 365,8	(1,3%)	723,6	1 060,6	(31,8%)
<i>w tym Wyłączenia i Inne</i>	(35,2)	(5,8)	507,2%	(21,2)	(2,8)	664,3%
EBITDA	2 414,1	2 000,5	20,7%	720,7	628,1	14,7%
<i>w tym działalność w Polsce</i>	2 859,3	2 198,8	30,0%	882,5	683,7	29,1%
<i>w tym działalność międzynarodowa</i>	(442,3)	(198,3)	123,0%	(159,0)	(55,6)	185,8%
<i>w tym Wyłączenia i Inne</i>	(2,9)	—	N/D	(2,8)	—	N/D
Skorygowana EBITDA	2 540,1	2 152,7	18,0%	751,8	668,3	12,5%
<i>w tym działalność w Polsce</i>	2 957,6	2 309,4	28,1%	905,7	707,7	28,0%
<i>w tym działalność międzynarodowa</i>	(414,6)	(156,8)	164,5%	(151,1)	(39,4)	283,4%
<i>w tym Wyłączenia i Inne</i>	(2,9)	—	N/D	(2,8)	—	N/D
EBIT	790,1	(1 182,1)	N/D	(150,9)	372,4	(140,5%)
Zysk / (strata) przed opodatkowaniem	500,2	(1 639,5)	N/D	(196,4)	262,1	(174,9%)
Zysk / (strata) netto	284,1	(1 916,8)	N/D	(233,6)	179,6	(230,1%)

Bilans	31.12.2023 (zbadane)	31.12.2022 dane przekształcone ^[1]	Zmiana %
Aktywa	18 538,8	19 205,8	(3,5%)
Kapitał własny	9 043,3	8 981,3	0,7%
Zadłużenie netto	4 635,9	6 266,1	(26,0%)

Przepływy pieniężne, w mln PLN	Rok obrotowy 2023 (zbadane)	Rok obrotowy 2022 (zbadane)	Zmiana %	IV kw. 2023 (niebadane)	IV kw. 2022 (niebadane)	Zmiana %
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	2 540,9	1 854,7	37,0%	896,1	854,9	4,8%
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(466,8)	(3 075,9)	(84,8%)	(120,6)	(162,3)	(25,7%)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(883,9)	141,5	(724,7%)	(455,8)	(668,2)	(31,8%)
Zwiększenie/(zmniejszenie) netto stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	1 190,1	(1 079,7)	N/D	319,8	24,4	1 210,5%
Wpływ zmian kursów walutowych na stan posiadanych środków pieniężnych	(18,6)	—	N/D	(18,6)	—	N/D

[1] Szczegółowe informacje przedstawiono w nocie 3.2.3 do Skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu S.A. za rok zakończony 31 grudnia 2023 r.

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 2023	Rok obrotowy 2022	Zmiana %	IV kw. 2023	IV kw. 2022	Zmiana %
Aktywni Kupujący (w mln)	19,6	14,1	39,7%	19,6	14,1	39,7%
<i>w tym działalność w Polsce</i>	14,6	14,1	4,2%	14,6	14,1	4,2%
<i>w tym działalność międzynarodowa</i>	5,0	N/D	N/D	5,0	N/D	N/D
GMV na jednego Aktywnego Kupującego (w PLN)	2 974,0	3 514,9	(15,4%)	2 974,0	3 514,9	(15,4%)
<i>w tym działalność w Polsce</i>	3 739,3	3 514,9	6,4%	3 739,3	3 514,9	6,4%
<i>w tym działalność międzynarodowa</i>	724,0	N/D	N/D	724,0	N/D	N/D
GMV (w mln PLN)	58 373,4	52 495,7	11,2%	16 940,1	15 866,9	6,8%
<i>w tym działalność w Polsce</i>	54 770,5	49 388,8	10,9%	15 676,0	14 442,8	8,5%
<i>w tym działalność międzynarodowa</i>	3 605,7	3 106,9	16,1%	1 264,1	1 424,1	(11,2%)
<i>Wyłączenia między segmentami</i>	(2,8)	—	N/D	—	—	N/D
GMV za ostatnie 12 mies. (w mln PLN)	58 373,4	49 388,8	18,2%	58 373,4	49 388,8	18,2%

KPI (niebadane)	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	Zmiana %	IV kw. 2023	IV kw. 2022	Zmiana %
<i>w tym działalność w Polsce</i>	54 770,5	49 388,8	10,9%	54 770,5	49 388,8	10,9%
<i>w tym działalność międzynarodowa</i>	3 605,7	N/D	N/D	3 605,7	N/D	N/D
<i>Wyłączenia między segmentami</i>	(2,8)	N/D	N/D	(2,8)	N/D	N/D
Sprzedane pozycje (w mln szt.)	1 173,8	1 050,3	11,8%	327,0	286,0	14,3%
<i>w tym działalność w Polsce</i>	1 153,4	1 036,7	11,3%	318,4	279,4	13,9%
<i>w tym działalność międzynarodowa</i>	20,4	13,6	49,9%	8,6	6,5	31,8%
Średnia prowizja od sprzedaży (Take Rate) (%)	11,44%	10,83%	0,61pp	11,58%	10,93%	0,65pp
<i>w tym działalność w Polsce</i>	11,48%	10,82%	0,66pp	11,68%	10,91%	0,77pp
<i>w tym działalność międzynarodowa</i>	9,87%	12,04%	(2,17pp)	8,49%	12,36%	(3,87pp)
Marża brutto w modelu 1P	10,65%	10,62%	0,03pp	9,86%	12,08%	(2,22pp)
<i>w tym działalność w Polsce</i>	3,35%	3,11%	0,24pp	(0,68%)	8,95%	(9,63pp)
<i>w tym działalność międzynarodowa</i>	12,30%	12,27%	0,04pp	12,92%	12,67%	0,25pp
Skorygowana EBITDA (w mln PLN)	2 540,1	2 152,7	18,0%	751,8	668,3	12,5%
<i>w tym działalność w Polsce</i>	2 957,6	2 309,4	28,1%	905,7	707,7	28,0%
<i>w tym działalność międzynarodowa</i>	(414,6)	(156,8)	164,5%	(151,1)	(39,4)	283,4%
<i>Wyłączenia między segmentami</i>	(2,9)	—	N/D	(2,8)	—	N/D
Skorygowana EBITDA/Przychody ze sprzedaży i pozostałe dochody operacyjne razem (%)	24,78%	23,91%	0,87pp	24,25%	21,68%	2,57pp
<i>w tym działalność w Polsce</i>	37,19%	34,75%	2,44pp	37,78%	34,95%	2,83pp
<i>w tym działalność międzynarodowa</i>	(17,76%)	(6,63%)	(11,14pp)	(20,88%)	(3,72%)	(17,17pp)
Skorygowana EBITDA/GMV (%)	4,35%	4,10%	0,25pp	4,44%	4,21%	0,23pp
<i>w tym działalność w Polsce</i>	5,40%	4,68%	0,72pp	5,78%	4,90%	0,88pp
<i>w tym działalność międzynarodowa</i>	(11,50%)	(5,05%)	(6,45pp)	(11,95%)	(2,77%)	(9,19pp)

[1] Wszystkie miary za okres ostatnich 12 miesięcy i ich pochodne (Aktywni Kupujący, GMV na jednego Aktywnego Kupującego, GMV za okres ostatnich 12 mies.) dla działalności międzynarodowej za 2022 r. nie były dostępne, ponieważ jedyny składnik tej działalności w 2022 r. (Segment Mall) jest objęty konsolidacją od II kwartału 2022 r.

[2] Pozycje sprzedane dla działalności międzynarodowej obejmują tylko dane za II-IV kw. 2022 r. dla Segmentu Mall i II-IV kw. 2023 r. dla nowo utworzonego Segmentu Allegro International, w związku z czym roczne stopy wzrostu nie są porównywalne.

[3] Średnia prowizja od sprzedaży to mieszana średnia prowizja od sprzedaży.

Niniejszy dokument nie stanowi wiążącej wersji rocznego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu. Oficjalna wersja Sprawozdania Rocznej Grupy Allegro.eu, zawierająca roczne Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe i uzupełniające je sprawozdanie rewidenta, zawarta jest w pakiecie sprawozdawczym, który można znaleźć na stronie internetowej Allegro.eu. W przypadku rozbieżności między niniejszą wersją a pakietem sprawozdawczym wiążący jest pakiet sprawozdawczy.

GMV I AKTYWNI KUPUJĄCY

W roku obrotowym 2023 wartość GMV dla skonsolidowanej Grupy wzrosła o 5 877,7 mln PLN, czyli o 11,2% r/r z poziomu 52 495,7 mln PLN za rok obrotowy 2022 do 58 373,4 mln PLN za rok obrotowy 2023, natomiast za IV kwartał 2023 r. wartość GMV dla skonsolidowanej Grupy wzrosła o 1 073,2 mln PLN, czyli o 6,8% r/r z poziomu 15 866,9 mln PLN za IV kwartał 2022 r. do 16 940,1 mln PLN.

Skonsolidowany wzrost GMV w roku obrotowym 2023 jest efektem dobrych wyników działalności w Polsce oraz udanego komercyjnego uruchomienia serwisu Allegro.cz w dniu 9 maja 2023 r. (stanowiącego 100% nowo utworzonego Segmentu Allegro International w roku obrotowym 2023). Zostało to częściowo skompensowane spadkiem GMV Segmentu Mall, który odzwierciedlał skutki trwającego przez siedem kwartałów ciągłego spadku sprzedaży detalicznej w Czechach, związanego w dużej mierze z działalnością Segmentu Mall w segmencie 1P opartym na dyskrejonalnych wydatkach klientów.

Dynamika wzrostu GMV w roku obrotowym 2023 dla działalności w Polsce osiągnęła 10,9% r/r, natomiast w IV kwartale 2023 r. wartość GMV wzrosła o 8,5% r/r. W ujęciu z kwartału na kwartał, wzrost GMV r/r ulegał stopniowemu spowolnieniu z poziomu 14,0% r/r w I kw. 2023 r. do 10,5% r/r w III kw. 2023 r. ze względu na tendencję do kupowania tańszych produktów obecną wśród klientów dotkniętych spadkiem realnych wynagrodzeń i poszukujących oszczędności na rynku. W rezultacie klienci nadal zwiększali częstotliwość zakupów na Allegro, a liczba transakcji wzrosła o kilkanaście procent, podczas gdy średnia wartość tych transakcji ulegała stopniowemu obniżeniu, notując niski jednocyfrowy spadek począwszy od II kwartału 2023 r. Na zjawisko wyboru przez klientów tańszych artykułów w IV kw. 2023 r. nałożyła się zawyżona baza porównawcza r/r, która wynikała ze zwiększonego popytu w IV kw. 2022 r. spowodowanego wojną na Ukrainie i zakupami artykułów o wyższej wartości w związku z przewidywanymi trudnymi warunkami zimowymi. W rezultacie w IV kwartale 2023 r. Grupa odnotowała dalsze spowolnienie wzrostu GMV do 8,5%, ponieważ konsumenci w dalszym ciągu ograniczali wydatki w okresie świątecznym, pomimo powrotu wzrostu realnych dochodów w miarę spadku inflacji. W ujęciu ogólnym platforma Allegro okazała się odporna na

trudne warunki rynkowe w 2023 r., ponieważ oferowany przez nią szeroki wybór produktów w atrakcyjnych cenach w dalszym ciągu przyciągał uwagę polskich konsumentów. Na organiczny wzrost GMV wpłynął również dalszy wzrost liczby użytkowników programu Smart!, dobre wyniki benchmarkingu cenowego i wsparcia w zakresie ustalania cen oraz szybkie przyjęcie usług Allegro Pay. Spółka zależna eBilet, zajmująca się sprzedażą biletów, przyczyniła się do zwiększenia dynamiki GMV o 0,1 pkt proc. w IV kwartale, natomiast w ujęciu rocznym eBilet przyczynił się do zwiększenia dynamiki GMV w roku obrotowym 2023 o 0,4 pkt proc.

Powyższe efekty zostały przewidziane przez kierownictwo Grupy, uwzględnione w prognozach na IV kwartał 2023 r., a następnie potwierdzone przez słabnące dane o sprzedaży detalicznej w Polsce.

Liczba Aktywnych Kupujących dla działalności w Polsce wzrosła o 4,2% r/r i o 1,2% kw/kw, co oznacza wzrost o prawie 600 tys. kupujących w ciągu roku do poziomu 14,6 mln na koniec 2023 r. IV kwartał 2023 r. był siódmym z rzędu kwartałem, w którym odnotowano wzrost liczby Aktywnych Kupujących, co świadczy o tym, że działania marketingowe Allegro, skoncentrowane na cenie, asortymencie i lojalności, przełożyły 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 3 739 PLN dla działalności w Polsce, co oznacza wzrost o 6,4% r/r.

Łączna wartość GMV generowana w Grupie przez działalność międzynarodową wzrosła o 16,1% r/r. Wzrost ten w dużej mierze wynika z faktu, że w poprzednim roku konsolidacja obejmowała tylko trzy kwartały, a w 2023 r. – cały rok. O ile nowo uruchomiony segment Allegro International wygenerował od momentu udanego startu w maju 2023 r. GMV na poziomie 662,2 mln PLN, o tyle GMV w Segmencie Mall odnotował spadek o 875,7 mln PLN, tj. 28,2%, w okresie trzech kwartałów, dla których istnieją dane porównawcze, tj. od II do IV kwartału 2023 r.

Liczba Aktywnych Kupujących w działalności międzynarodowej wzrosła o 19,2% r/r (dane pro-forma), do poziomu 5 milionów. Wzrost ten był spowodowany doskonałymi wynikami działalności międzynarodowej Allegro, która od momentu uruchomienia w drugim kwartale 2023 r. osiągnęła liczbę 1,6 mln kupujących (z czego 0,6 mln stanowili Aktywni Kupujący segmentu Mall), podczas gdy liczba Aktywnych

Kupujących segmentu Mall spadła o 3,9% r/r do 4 mln. Taki wzrost bazy Aktywnych Kupujących w ramach działalności międzynarodowej Allegro podkreśla siłę platformy Allegro.cz, która przyciąga czeskich klientów dzięki niezrównanemu asortymentowi i atrakcyjnym cenom swoich ofert.

SKORYGOWANA EBITDA

Skorygowana EBITDA Grupy wzrosła o 387,4 mln PLN, czyli 18,0% r/r, z 2 152,7 mln PLN za rok obrotowy 2022 do 2 540,1 mln PLN za rok obrotowy 2023, natomiast za IV kwartał 2023 r. Skorygowana EBITDA dla skonsolidowanej Grupy wzrosła o 83,5 mln PLN, czyli 12,5% r/r, z 668,3 mln PLN za IV kwartał 2022 r. do 751,8 mln PLN za IV kwartał 2023 r.

Skorygowana EBITDA działalności w Polsce wzrosła o 28,1% w roku obrotowym 2023, osiągając poziom 2 957,6 mln PLN. Wzrost w IV kw. 2023 r. wyniósł 28,0% r/r i był niższy niż 32,4% w III kw. 2023 r., ale po raz kolejny przekroczył oczekiwania Kierownictwa. Świetny wzrost rentowności działalności w Polsce, zarówno w IV kwartale, jak i w całym 2023 r., był wynikiem silnego wzrostu przychodów z platformy handlowej, dodatkowo wspieranego przez rosnące i generujące wysoką marżę przychody z usług reklamowych i Allegro Pay. Powyższe czynniki zostały częściowo skompensowane przez wzrost Kosztów dostaw netto i kosztów marketingu. Koszty sprzedaży, ogólnego zarządu i administracji utrzymywane były przez cały rok pod ścisłą kontrolą.

Poza Polską, etap uruchamiania Allegro.cz wygenerował w roku obrotowym 2023 208,8 mln PLN strat związanych z rozpoczęciem działalności. Nowa platforma handlowa odnotowała dobre wyniki w IV kw. 2023 r., ponieważ wartość GMV wzrosła ponad dwukrotnie w porównaniu z poprzednim kwartałem, podczas gdy wskaźnik straty do GMV odnotował niewielki spadek pomimo intensywnych kampanii reklamowych, co przełożyło się na skorygowaną stratę EBITDA w wysokości 109,2 mln PLN. Skorygowana strata EBITDA Segmentu Mall za cały rok wyniosła

204,6 mln PLN, z czego 40,7 mln PLN przypadło na IV kwartał. Pomimo spadku GMV o 36,0% w IV kwartale, z uwagi na fakt, że Kierownictwo zmniejszyło nakłady na asortyment i marketing, aby skoncentrować się na rentowności, dzięki cięciu kosztów deficyt w IV kwartale wzrósł tylko o 3,4% r/r.

Za rok obrotowy 2023 Średnia prowizja od sprzedaży dla Grupy wyniosła 11,44%, co oznacza wzrost o 0,61 pkt. proc. r/r, natomiast za IV kwartał 2023 r. Średnia prowizja od sprzedaży wyniosła 11,58%, co oznacza wzrost o 0,65 pkt. proc. r/r. W przypadku działalności w Polsce Średnia prowizja od sprzedaży wzrosła o 0,66 pkt. proc. do 11,48% za rok obrotowy 2023 i o 0,77 pkt. proc. do 11,68% w czwartym kwartale 2023 r. Zmiany te wynikają głównie ze zmian w cennikach i podniesienia opłat za współfinansowanie dla dostaw w programie Smart! od lipca 2023 r.

Skonsolidowana marża GMV Grupy za rok obrotowy 2023 wyniosła 4,35% w porównaniu z 4,10% w poprzednim roku. Za IV kwartał 2023 r. Skonsolidowana marża GMV Grupy wyniosła 4,44%, natomiast za IV kwartał 2022 r. wyniosła ona 4,21%. Marża GMV dla segmentu działalności w Polsce wzrosła o 0,72 p.p. r/r do 5,40% za rok obrotowy 2023 oraz o 0,88 p.p. r/r do 5,78% za IV kwartał 2023 r. Wyższe marże GMV w Polsce wynikają ze wspomnianego wcześniej wzrostu Średniej prowizji od sprzedaży, częściowo skompensowanego przez waloryzację umów na dostawy obowiązującą od listopada, w połączeniu ze wzrostem przychodów z usług reklamowych, poprawy rentowności programu Smart! i ścisłą kontrolą kosztów pracowniczych i operacyjnych.

PONIŻSZE TABELY PRZEDSTAWIAJĄ UZGODNIENIE POMIĘDZY RAPORTOWANĄ A SKORYGOWANĄ EBITDA ZA ANALIZOWANE OKRESY:

Uzgodnienie Skorygowanej EBITDA w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	Zmiana %	IV kw. 2023	IV kw. 2022	Zmiana %
EBITDA dla Grupy	2 414,1	2 000,5	20,7%	720,7	628,1	14,7%
EBITDA dla działalności w Polsce	2 859,3	2 198,8	30,0%	882,5	683,7	29,1%
Koszty postępowań regulacyjnych ^[1]	0,2	3,3	(95,0%)	0,1	2,3	(94,2%)
Koszty restrukturyzacji i rozwoju Grupy ^[2]	25,6	46,6	(45,0%)	7,1	6,8	4,3%
Darowizny na rzecz różnych organizacji pożytku publicznego ^[3]	0,5	3,0	(83,4%)	—	—	N/D
Premia dla pracowników i środki na wyposażenie ochronne przeciwko COVID-19 ^[4]	—	0,4	(100,0%)	—	—	N/D
Program motywacyjny Allegro Incentive Plan ^[5]	70,0	47,7	46,7%	16,0	14,2	12,1%
Koszty transakcyjne ^[6]	—	3,2	(100,0%)	—	0,5	(100,0%)
Koszt restrukturyzacji zatrudnienia ^[7]	2,0	6,3	(68,3%)	—	0,1	(100,0%)
Skorygowana EBITDA dla działalności w Polsce	2 957,6	2 309,4	28,1%	905,7	707,7	28,0%
EBITDA dla działalności międzynarodowej	(442,3)	(198,3)	123,0%	(159,0)	(55,6)	185,8%
Koszty postępowań regulacyjnych ^[1]	0,4	—	N/D	—	—	N/D
Koszty restrukturyzacji i rozwoju Grupy ^[2]	13,9	34,0	(59,2%)	6,3	10,8	(41,6%)
Program motywacyjny Allegro Incentive Plan ^[5]	7,8	4,8	61,5%	1,6	2,7	(40,4%)
Koszt restrukturyzacji zatrudnienia ^[7]	5,7	2,7	108,6%	—	2,7	(100,0%)
Skorygowana EBITDA dla działalności w Polsce	(414,6)	(156,8)	164,5%	(151,1)	(39,4)	283,4%
Wyłączenia i Inne	(2,9)	—	N/D	(2,8)	—	N/D
Skorygowana EBITDA dla Grupy	2 540,1	2 152,7	18,0%	751,8	668,3	12,5%

Uzgodnienie skorygowanej EBITDA dla działalności międzynarodowej w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	Zmiana %	IV kw. 2023	IV kw. 2022	Zmiana %
EBITDA dla działalności międzynarodowej	(442,3)	(198,3)	123,0%	(159,0)	(55,6)	185,8%
EBITDA dla Segmentu Mall	(218,6)	(198,3)	10,2%	(46,8)	(55,6)	(15,8%)
Koszty postępowań regulacyjnych ^[1]	0,4	—	N/D	—	—	N/D
Koszty restrukturyzacji i rozwoju Grupy ^[2]	0,2	34,0	(99,5%)	4,5	10,8	(58,5%)
Program motywacyjny Allegro Incentive Plan ^[5]	7,8	4,8	61,5%	1,6	2,7	(40,4%)
Koszt restrukturyzacji zatrudnienia ^[7]	5,7	2,7	108,6%	—	2,7	(100,0%)
Skorygowana EBITDA dla Segmentu Mall	(204,6)	(156,8)	30,5%	(40,7)	(39,4)	3,4%
EBITDA dla Segmentu Allegro International	(222,5)	—	N/D	(111,0)	—	N/D
Koszty restrukturyzacji i rozwoju Grupy ^[2]	13,7	—	N/D	1,8	—	N/D
Skorygowana EBITDA dla Segmentu Allegro International	(208,8)	—	N/D	(109,2)	—	N/D
Wyłączenia i Inne	(1,2)	—	N/D	(1,2)	—	N/D
Skorygowana EBITDA dla działalności w Polsce	(414,6)	(156,8)	164,5%	(151,1)	(39,4)	283,4%

[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 Dyrektorem Wykonawczym, Kluczowym Członkiem 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 przejściem 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. OMÓWIENIE WYNIKÓW FINANSOWYCH I OPERACYJNYCH GRUPY ALLEGRO.EU

Poniższe tabele przedstawiają skrócone skonsolidowane sprawozdania z całkowitych dochodów Grupy za rok obrotowy 2023, rok obrotowy 2022, IV kw. 2023 r. i IV kw. 2022 r.

Skonsolidowane dane Grupy						
Skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów (niebadane) mln PLN	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	Zmiana %	IV kw. 2023	IV kw. 2022	Zmiana %
GMV	58 373,4	52 495,7	11,2%	16 940,1	15 869,9	6,8%
w tym 1P	3 082,7	3 191,1	(3,4%)	980,9	1 410,5	(30,5%)
w tym 3P	55 290,7	49 304,6	12,1%	15 959,2	14 456,4	10,4%
Przychody ze sprzedaży i pozostałe dochody operacyjne razem	10 250,6	9 004,9	13,8%	3 100,0	3 082,8	0,6%
Przychody	10 185,3	9 004,9	13,1%	3 034,7	3 082,8	(1,6%)
Przychody platformy handlowej	6 327,5	5 340,8	18,5%	1 847,5	1 580,1	16,9%
Przychody z porównywarki cenowej	207,9	193,8	7,2%	60,8	60,2	1,0%
Przychody z usług reklamowych	833,4	612,3	36,1%	260,8	200,3	30,2%
Przychody ze sprzedaży towarów	2 598,8	2 694,7	(3,6%)	817,1	1 180,3	(30,8%)
Przychody z usług logistycznych	140,5	87,2	61,2%	56,4	32,9	71,3%
Pozostałe przychody	77,2	76,1	1,4%	(7,9)	29,0	(127,4%)

Skonsolidowane dane Grupy						
Skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów (niebadane) mln PLN	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	Zmiana %	IV kw. 2023	IV kw. 2022	Zmiana %
Pozostałe dochody operacyjne	65,2	—	N/D	65,2	—	N/D
Koszty operacyjne	(7 836,5)	(7 004,4)	11,9%	(2 379,3)	(2 454,7)	(3 1%)
Koszty obsługi płatności	(159,6)	(154,8)	3,1%	(45,1)	(45,1)	(0,1%)
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	(2 322,1)	(2 408,0)	(3,6%)	(736,6)	(1 037,6)	(29,0%)
Koszty dostaw netto	(2 307,6)	(1 773,4)	30,1%	(705,7)	(571,7)	23,4%
Koszty usług marketingowych	(1 231,7)	(971,1)	26,8%	(436,6)	(335,5)	30,1%
Koszty pracownicze	(1 169,5)	(1 015,8)	15,1%	(289,0)	(278,2)	3,9%
Koszty usług IT	(201,9)	(173,7)	16,2%	(54,9)	(50,2)	9,4%
Pozostałe koszty	(396,3)	(437,3)	(9,4%)	(105,8)	(118,5)	(10,7%)
Odpisy netto z tytułu utraty wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów z klientami	(47,7)	(67,0)	(28,7%)	(5,6)	(17,4)	(68,0%)
Koszty transakcyjne	—	(3,2)	(100,0%)	—	(0,5)	(100,0%)
Zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją oraz odpisami z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych (EBITDA)	2 414,1	2 000,5	20,7%	720,7	628,1	14,7%

Wskaźniki wzrostu r/r za rok obrotowy 2023 nie są miarodajne, ponieważ Segment Mall nie był objęty konsolidacją w I kwartale 2022 r. Szczegółowe omówienie kluczowych danych zawartych w tej tabeli znajduje się w poniższych punktach dotyczących odpowiednio wyników działalności w Polsce i działalności międzynarodowej.

Uzgodnienie wyników Grupy z wynikami działalności w Polsce i działalności międzynarodowej przedstawiono w Załączniku 2 do niniejszego raportu.

2.2.2 WYNIK DZIAŁALNOŚCI W POLSCE

Poniższe tabele przedstawiają skrócone skonsolidowane sprawozdania z całkowitych dochodów Grupy za rok obrotowy 2023, rok obrotowy 2022, IV kw. 2023 r. i IV kw. 2022 r.

Polish Operations						
Skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów, mln PLN	Rok obrotowy 2023 (zbadane)	Rok obrotowy 2022 (zbadane)	Zmiana %	IV kw. 2023 (niebadane)	IV kw. 2022 (niebadane)	Zmiana %
GMV	54 770,5	49 388,8	10,9%	15 676,0	14 442,8	8,5%
w tym 1P	584,2	574,8	1,6%	221,6	228,3	(2,9%)
w tym 3P	54 186,3	48 814,0	11,0%	15 454,4	14 214,5	8,7%
Przychody ze sprzedaży i pozostałe dochody operacyjne razem	7 951,5	6 644,9	19,7%	2 397,6	2 025,0	18,4%
Przychody	7 886,2	6 644,9	18,7%	2 332,3	2 025,0	15,2%
Przychody platformy handlowej	6 218,5	5 281,7	17,7%	1 804,7	1 550,2	16,4%
Przychody z porównywarki cenowej	207,9	194,0	7,2%	60,8	60,2	1,0%
Przychody z usług reklamowych	830,4	607,4	36,7%	260,1	198,3	31,2%
Przychody ze sprzedaży towarów	486,1	483,9	0,4%	181,8	188,7	(3,7%)
Przychody z usług logistycznych	53,7	27,5	95,2%	20,3	8,8	129,7%
Pozostałe przychody	89,6	50,4	77,8%	4,7	18,8	(74,8%)
Pozostałe dochody operacyjne	65,2	—	N/D	65,2	—	N/D
Koszty operacyjne	(5 092,2)	(4 446,1)	14,5%	(1 515,0)	(1 341,3)	13,0%
Koszty obsługi płatności	(139,9)	(143,7)	(2,6%)	(38,2)	(40,2)	(4,9%)
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	(469,8)	(468,9)	0,2%	(183,0)	(171,8)	6,5%
Koszty dostaw netto	(2 230,6)	(1 760,5)	26,7%	(673,1)	(565,2)	19,1%
Koszty usług marketingowych	(879,6)	(762,4)	15,4%	(279,2)	(231,2)	20,8%
Koszty pracownicze	(824,5)	(757,2)	8,9%	(208,0)	(187,2)	11,1%
Koszty usług IT	(170,6)	(152,5)	11,9%	(46,9)	(43,9)	6,8%
Pozostałe koszty	(330,8)	(331,8)	(0,3%)	(80,6)	(84,9)	(5,0%)

Polish Operations						
Skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów, mln PLN	Rok obrotowy 2023 (zbadane)	Rok obrotowy 2022 (zbadane)	Zmiana %	IV kw. 2023 (niebadane)	IV kw. 2022 (niebadane)	Zmiana %
Odpisy netto z tytułu utraty wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów z klientami	(46,4)	(65,9)	(29,7%)	(6,0)	(16,3)	(63,4%)
Koszty transakcyjne	—	(3,2)	(100,0%)	—	(0,5)	(100,0%)
Zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją oraz odpisami z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych (EBITDA)	2 859,3	2 198,8	30,0%	882,5	683,7	29,1%

PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY I POZOSTAŁE PRZYCHODY OPERACYJNE

Przychody ze sprzedaży i pozostałe przychody operacyjne wzrosły o 1 306,5 mln PLN, czyli o 19,7%, z 6 644,9 mln PLN za rok obrotowy 2022 do 7 951,5 mln PLN za rok obrotowy 2023, natomiast za IV kwartał 2023 r. przychody wzrosły o 372,6 mln PLN, czyli o 18,4%, z 2 025,0 mln PLN za IV kwartał 2022 r. do 2 397,6 mln PLN za IV kwartał 2023 r. Wzrost ten wynikał przede wszystkim z dobrych wyników platformy handlowej 3P, przychodów z usług reklamowych i Allegro Pay. Poniżej opisano najważniejsze czynniki wpływające na główne strumienie przychodów.

PRZYCHODY PLATFORMY HANDLOWEJ

Przychody platformy handlowej wzrosły o 936,8 mln PLN, czyli o 17,7%, z 5 281,7 mln PLN w roku obrotowym 2022 do 6 218,5 mln PLN w roku obrotowym 2023, natomiast za IV kwartał 2023 r. przychody platformy handlowej wzrosły o 254,5 mln PLN, czyli o 16,4%, z 1 550,2 mln PLN w IV kwartale 2022 r. do 1 804,7 mln PLN w IV kwartale 2023 r. Wzrost ten wynikał przede wszystkim ze wzrostu GMV w modelu 3P, który w roku obrotowym 2023 wyniósł 11,0% r/r (oraz wzrost o 8,7% r/r w IV kwartale 2023 r.) przy jednoczesnym wzroście Średniej prowizji od sprzedaży. Zmiany stawek prowizji oraz dwie podwyżki opłat za współfinansowanie darmowych dostaw w programie Smart!, odpowiednio w sierpniu 2022 r.

i lipcu 2023 r., spowodowały wzrost Średniej prowizji od sprzedaży o 0,66 p.p. r/r w roku obrotowym 2023 oraz o 0,77 p.p. r/r w IV kw. 2023 r.

USŁUGI REKLAMOWE

Przychody z usług reklamowych wzrosły o 223,0 mln PLN, czyli o 36,7%, z 607,4 mln PLN za rok obrotowy 2022 do 830,4 mln PLN za rok obrotowy 2023, natomiast za IV kwartał 2023 r. przychody z usług reklamowych wzrosły o 61,8 mln PLN, czyli o 31,2%, z 198,3 mln PLN za IV kwartał 2022 r. do 260,1 mln PLN za IV kwartał 2023 r. Wzrost ten wynikał głównie z dalszej poprawy skuteczności reklam sponsorowanych, odzwierciedlającej wyższe stawki CPC, a także ze zwiększonych zapasów i większej liczby uczestniczących sprzedawców. Przychody z usług reklamowych nadal rosły szybciej niż GMV, osiągając wskaźnik 1,52% w stosunku do GMV w roku obrotowym 2023, co oznacza wzrost o 0,29 p.p. w porównaniu z rokiem obrotowym 2022.

POZOSTAŁE PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY I POZOSTAŁE DOCHODY OPERACYJNE

Pozostałe przychody wzrosły o 39,2 mln PLN, czyli o 77,8%, z 50,4 mln PLN za rok obrotowy 2022 do 89,6 mln PLN za rok obrotowy 2023, natomiast za IV kwartał 2023 r. pozostałe przychody wzrosły o 14,1 mln PLN, czyli o 74,8%, z 18,8 mln PLN za IV kwartał 2022 r. do 4,7 mln PLN za IV kwartał 2023 r.

Pozostałe dochody operacyjne wyniosły 65,2 mln PLN zarówno w IV kwartale, jak i w roku obrotowym 2023, natomiast w okresach porównawczych nie wystąpiły. Pozostałe dochody operacyjne obejmują wyniki z wyceny do wartości godziwej i sprzedaży portfeli pożyczek konsumenckich udzielonych przez Allegro Pay do partnera finansującego Grupy, które osiągnęły próg istotności, umożliwiając ich oddzielną prezentację w IV kwartale 2023 r., przy czym wcześniej były one prezentowane w ramach pozostałych przychodów. Wartość za IV kwartał 2023 r. uwzględnia retrospektywną skumulowaną korektę w wysokości 39,0 mln PLN za pierwsze dziewięć miesięcy 2023 r., która została przeklasyfikowana z pozycji Pozostałe przychody do pozycji Pozostałe dochody operacyjne.

KOSZTY OPERACYJNE

Koszty operacyjne wzrosły o 646,1 mln PLN, czyli o 14,5%, z 4 446,1 mln PLN w roku obrotowym 2022 do 5 092,2 mln PLN w roku obrotowym 2023, natomiast w IV kwartale 2023 r. koszty operacyjne wzrosły o 173,8 mln PLN, czyli o 13,0%, z 1 341,3 mln PLN w IV kwartale 2022 r. do 1 515,0 mln PLN w IV kwartale 2023 r. Wzrosty te wynikały głównie ze wzrostu kosztów dostaw netto, kosztów usług marketingowych, kosztów usług IT i kosztów pracowniczych.

KOSZTY DOSTAW NETTO

Koszty dostaw netto wzrosły o 470,1 mln PLN, czyli o 26,7%, z 1 760,5 mln PLN w roku obrotowym 2022 do 2 230,6 mln PLN w roku obrotowym 2023, natomiast w IV kwartale 2023 r. koszty dostaw netto wzrosły o 107,8 mln PLN, czyli o 19,1%, z 565,2 mln PLN w IV kwartale 2022 r. do 673,1 mln PLN w IV kwartale 2023 r. Wzrosty te wynikały przede wszystkim z dalszego zwiększenia wolumenu transakcji w roku obrotowym 2023 w porównaniu z rokiem poprzednim oraz wzrostu kosztów jednostkowych wynikającego z waloryzacji kosztów umów dostawy obowiązującej od listopada 2022 r. i listopada 2023 r. Ta presja inflacyjna została częściowo zniwelowana przez zmianę struktury dostaw.

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 uprawniającego 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. Efekt tych zmian pomógł częściowo zrównoważyć wpływ wyższych kosztów dostawy w przeliczeniu na jedną przesyłkę.

Udział droższych przesyłek kurierskich spadł o 6,6 pkt. proc. w roku obrotowym 2023 w porównaniu z rokiem poprzednim, podczas gdy w IV kwartale 2023 r. udział przesyłek kurierskich w strukturze dostaw spadł o 7,9 pkt. proc. r/r. W ujęciu ogólnym średni koszt dofinansowanej dostawy przesyłki wzrósł o 7,0% w roku obrotowym 2023 w porównaniu z rokiem poprzednim, a w IV kwartale 2023 r. wzrósł o 7,5% r/r.

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.

KOSZTY USŁUG MARKETINGOWYCH

Koszty usług marketingowych wzrosły o 117,2 mln PLN, czyli o 15,4%, z 762,4 mln PLN w roku obrotowym 2022 do 879,6 mln PLN w roku obrotowym 2023, natomiast za IV kwartał 2023 r. koszty usług marketingowych wzrosły o 48,1 mln PLN, czyli o 20,8%, z 231,2 mln PLN w IV kwartale 2022 r. do 279,3 mln PLN.

Koszty usług marketingowych wyrażone jako procent GMV wzrosły o 0,07 pkt. proc. r/r do 1,61% w roku obrotowym 2023 i o 0,18 pkt. proc. do 1,78% w IV kw. 2023 r. Grupa zwiększyła inwestycje głównie w wydatki na reklamę pay-per-click (PPC), mające na celu zwiększenie pozyskiwania ruchu internetowego, oraz w mniejszym stopniu w reklamę marki i promocję, a także w program ochrony kupujących. W 2023 r.

Grupa zorganizowała osiem wydarzeń promocyjnych w ramach Dni Allegro, a „Czarny Tydzień” został wydłużony do trzech tygodni, w porównaniu do odpowiednio sześciu wydarzeń i jednego tygodnia w 2022 r. Wydarzenia te przyczyniły się do wzrostu wydatków na markę i promocję w stosunku do GMV.

KOSZTY PRACOWNICZE

Koszty pracownicze wzrosły o 67,3 mln PLN, czyli o 8,9%, z 757,2 mln PLN w roku obrotowym 2022 do 824,5 mln PLN w roku obrotowym 2023, natomiast w IV kwartale 2023 r. koszty pracownicze wzrosły o 20,8 mln PLN, czyli o 11,1%, z 187,2 mln PLN w IV kwartale 2022 r. do 208,0 mln PLN w IV kwartale 2023 r. Ten wzrost w ujęciu całorocznym, wolniejszy niż wzrost GMV, wynikał przede wszystkim z dobrze kontrolowanego wzrostu zatrudnienia i umiarkowanego wzrostu wynagrodzeń zasadniczych.

Ogólnie rzecz biorąc, począwszy od II kwartału 2022 r. rekrutacja netto uległa znacznemu spowolnieniu, co wynikało ze skupienia się na poprawie wydajności i produktywności, a liczba pracowników na koniec 2023 r. była niższa o 1,6% r/r. W ujęciu kwartalnym zatrudnienie wzrosło o 2,3% w porównaniu do III kwartału 2023 r. Przy takiej zmianie liczby pracowników, dynamika kosztów pracowniczych w ujęciu r/r wynikała głównie ze wzrostu wynagrodzeń zasadniczych i kosztów programu Allegro Incentive Plan.

POZOSTAŁE KOSZTY

Pozostałe koszty spadły o 0,9 mln PLN, czyli o 0,3%, z 331,8 mln PLN w roku obrotowym 2022 do 330,8 mln PLN w roku obrotowym 2023, podczas gdy w IV kwartale 2023 r. pozostałe koszty spadły o 4,2 mln PLN, czyli o 5,0%, z 84,9 mln PLN w IV kwartale 2022 r. do 80,6 mln PLN w IV kwartale 2023 r. Spadki te wynikały przede wszystkim z ograniczenia wydatków na usługi podwykonawców i doradztwo w roku obrotowym 2023, z dodatkowym pozytywnym wpływem obniżenia kosztów najmu w IV kwartale 2023 r. w wyniku optymalizacji wykorzystywanej powierzchni biurowej w ramach projektu efektywnościowego Fit to Grow.

PROJEKT „FIT TO GROW”

W IV kwartale 2022 r. Grupa rozpoczęła realizację projektu zwiększania efektywności pod nazwą „Fit to Grow”. Projekt „Fit to Grow”, będący jednym z siedmiu priorytetów Grupy ogłoszonych w III kw. 2022 r., obejmował trzy filary. Po pierwsze strumień efektywności organizacyjnej mający na celu stworzenie całościowego schematu organizacyjnego obejmującego wszystkie zasoby, wzmocnienie kontroli kosztów i procesów związanych z zarządzaniem ludźmi, a także zwiększanie wydajności. Po drugie celem filaru dotyczącego unikania kosztów i poszukiwania oszczędności było 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 miał 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 starało się zwiększyć efekt dźwigni operacyjnej i poprawić wskaźniki inwestycji kapitałowych, aby uwolnić więcej przepływów pieniężnych na wsparcie realizacji priorytetów rozwojowych Grupy. Wysiłkami w całej Grupie kierował specjalnie do tego celu powołany zespół, a dalsze działania w zakresie oszczędności i poprawy efektywności będą kontynuowane w ramach normalnej działalności. Grupa szacuje, że w wyniku programu Fit to Grow w całym roku 2023 udało się zaoszczędzić około 250 mln PLN (w porównaniu z pierwotnie planowanymi kosztami Grupy na ten rok), a dzięki zmianom kulturowym oraz strumieniowi zarządzania projektami i alokacji kapitału spodziewane jest uzyskanie długotrwałych efektów.

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

EBITDA wzrosła o 660,4 mln PLN, czyli o 30,0%, z 2 198,8 mln PLN za rok obrotowy 2022 do 2 859,3 mln PLN za rok obrotowy 2023, natomiast w IV kwartale 2023 roku EBITDA wzrosła o 198,8 mln PLN, czyli o 29,1%, z 683,7 mln PLN za IV kwartał 2022 r. do 882,5 mln PLN za IV kwartał 2023 r. Wzrost ten wynikał przede wszystkim z czynników opisanych w punkcie 2.2.2.1. powyżej.

Skorygowana EBITDA dla działalności w Polsce wzrosła do 905,7 mln PLN, czyli o 28,0% w IV kw. 2023 r., co oznacza wzrost skorygowanej EBITDA za rok obrotowy 2023 o 28,1% r/r, do poziomu 2 957,6 mln PLN.

Skorygowana EBITDA uwzględnia kwotę 98,3 mln PLN jednorazowych korekt EBITDA wykazanych w roku obrotowym 2023, w porównaniu z kwotą 110,6 mln PLN odpowiadającą transakcjom jednorazowym ujętym w roku poprzednim. Najważniejsze korekty EBITDA w bieżącym okresie obejmowały koszty restrukturyzacji i rozwoju Grupy w wysokości

25,6 mln PLN, a także 70,0 mln PLN kosztów 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”), z czego 16,0 mln PLN zostało poniesione w IV kw. 2023 r.

Skorygowana EBITDA uwzględnia kwotę 98,3 mln PLN jednorazowych korekt EBITDA wykazanych w roku obrotowym 2023, w porównaniu z kwotą 110,6 mln PLN odpowiadającą transakcjom jednorazowym ujętym w roku poprzednim. Najważniejsze korekty EBITDA w bieżącym okresie obejmowały koszty restrukturyzacji i rozwoju Grupy w wysokości 25,6 mln PLN, a także 70,0 mln PLN kosztów 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”), z czego 16,0 mln PLN zostało poniesione w IV kw. 2023 r.

2.2.3 WYNIK DZIAŁALNOŚCI MIĘDZYNARODOWEJ

Poniższe wskaźniki KPI są stosowane przez kierownictwo Grupy do monitorowania i zarządzania ryzykiem operacyjnym i wynikami finansowymi działalności międzynarodowej. Działalność międzynarodowa obejmuje wyniki dwóch segmentów sprawozdawczych: Segmentu Mall oraz nowo utworzonego Segmentu Allegro International. Wyniki działalności w Polsce nie zostały uwzględnione w tym punkcie.

Prezentowane wyniki Segmentu Mall za rok obrotowy 2022 obejmują wyłącznie wyniki za II-IV kwartał 2022 r., ponieważ wyniki sprzed przejęcia nie są uwzględniane w skonsolidowanych wynikach Grupy. Ma to wpływ na przedstawioną poniżej dynamikę r/r w roku obrotowym 2023, ponieważ wyniki Segmentu Mall były konsolidowane przez Grupę przez cały rok

obrotowy 2023, podczas gdy w roku obrotowym 2022 były to tylko trzy kwartały (przejęcie Grupy Mall zostało sfinalizowane 1 kwietnia 2022 r.).

Segment Allegro International to nowo utworzony segment obejmujący platformę e-commerce typu business-to-consumer (B2C), Allegro.cz, działającą na terytorium Republiki Czeskiej, obejmującą platformę handlową online i związane z nią usługi, takie jak usługi reklamowe i operacje logistyczne. Segment ten został wyodrębniony po uruchomieniu Allegro.cz w dniu 9 maja 2023 r., w związku z czym dane porównawcze za poprzedni rok nie są dostępne.

KPIs (niebadane)	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	Zmiana %	IV kw. 2023	IV kw. 2022	Zmiana %
Aktywni Kupujący (w mln)^[1]	5,0	N/D	N/D	5,0	N/D	N/D
<i>w tym Segment Mall</i>	<i>4,0</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>	<i>4,0</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>
<i>w tym Segment Allegro International</i>	<i>1,6</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>	<i>1,6</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>
<i>Wyłączenia między segmentami</i>	<i>(0,6)</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>	<i>(0,6)</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>
GMV na jednego Aktywnego Kupującego (w PLN)^[1]	724,0	N/D	N/D	724,0	N/D	N/D
<i>w tym Segment Mall</i>	<i>755,0</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>	<i>755,0</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>
<i>w tym Segment Allegro International</i>	<i>415,9</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>	<i>415,9</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>
GMV (w mln PLN)	3 605,7	3 106,9	16,1%	1 264,1	1 424,1	(11,2%)
<i>w tym Segment Mall</i>	<i>3 031,1</i>	<i>3 106,9</i>	<i>(2,4%)</i>	<i>911,8</i>	<i>1 424,1</i>	<i>(36,0%)</i>
<i>w tym Segment Allegro International</i>	<i>662,2</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>	<i>410,6</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>
<i>Wyłączenia między segmentami</i>	<i>(87,7)</i>	<i>—</i>	<i>N/D</i>	<i>(58,3)</i>	<i>—</i>	<i>N/D</i>

Niniejszy dokument nie stanowi wiążącej wersji rocznego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu. Oficjalna wersja Sprawozdania Roczno Grupy Allegro.eu, zawierająca roczne Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe i uzupełniające je sprawozdanie rewidenta, zawarta jest w pakiecie sprawozdawczym, który można znaleźć na stronie internetowej Allegro.eu. W przypadku rozbieżności między niniejszą wersją a pakietem sprawozdawczym wiążący jest pakiet sprawozdawczy.

KPIs (niebadane)	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	Zmiana %	IV kw. 2023	IV kw. 2022	Zmiana %
GMV za ostatnie 12 mies. (w mln PLN) ^[1]	3 605,7	N/D	N/D	3 605,7	N/D	N/D
<i>w tym Segment Mall</i>	<i>3 031,1</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>	<i>3 031,1</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>
<i>w tym Segment Allegro International</i>	<i>662,2</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>	<i>662,2</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>
<i>Wyłączenia między segmentami</i>	<i>(87,7)</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>	<i>(87,7)</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>
Sprzedane pozycje (w mln szt.)	20,4	13,6	49,9%	8,6	6,5	31,8%
<i>w tym Segment Mall</i>	<i>12,8</i>	<i>13,6</i>	<i>(6,1%)</i>	<i>3,7</i>	<i>6,5</i>	<i>(43,2%)</i>
<i>w tym Segment Allegro International</i>	<i>8,0</i>	<i>—</i>	<i>N/D</i>	<i>5,2</i>	<i>—</i>	<i>N/D</i>
<i>Wyłączenia między segmentami</i>	<i>(0,4)</i>	<i>—</i>	<i>N/D</i>	<i>(0,3)</i>	<i>—</i>	<i>N/D</i>
Średnia prowizja od sprzedaży (Take Rate) (%) ^[2]	9,87%	12,04%	(2,17pp)	8,49%	12,36%	(3,87pp)
<i>w tym Segment Mall</i>	<i>13,32%</i>	<i>12,04%</i>	<i>1,28pp</i>	<i>13,32%</i>	<i>12,36%</i>	<i>0,96pp</i>
<i>w tym Segment Allegro International</i>	<i>6,60%</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>	<i>6,41%</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>
Marża brutto w modelu 1P	12,30%	12,27%	0,04pp	12,92%	12,67%	(0,25pp)
<i>w tym Segment Mall</i>	<i>12,03%</i>	<i>12,27%</i>	<i>(0,24pp)</i>	<i>12,25%</i>	<i>12,67%</i>	<i>(0,43pp)</i>
<i>w tym Segment Allegro International</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>
Skorygowana EBITDA (w mln PLN)	(414,6)	(156,8)	164,5%	(151,1)	(39,4)	283,4%
<i>w tym Segment Mall</i>	<i>(204,6)</i>	<i>(156,8)</i>	<i>30,5%</i>	<i>(40,7)</i>	<i>(39,4)</i>	<i>3,4%</i>
<i>w tym Segment Allegro International</i>	<i>(208,8)</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>	<i>(109,2)</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>
<i>Wyłączenia między segmentami</i>	<i>(1,2)</i>	<i>—</i>	<i>N/D</i>	<i>(1,2)</i>	<i>—</i>	<i>N/D</i>
Skorygowana EBITDA/przychody (%)	(17,76%)	(6,63%)	(11,14pp)	(20,88%)	(3,72%)	(17,17pp)
<i>w tym Segment Mall</i>	<i>(8,80%)</i>	<i>(6,63%)</i>	<i>(2,17pp)</i>	<i>(5,61%)</i>	<i>(3,72%)</i>	<i>(1,88pp)</i>
<i>w tym Segment Allegro International</i>	<i>(371,93%)</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>	<i>(296,42%)</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>

[1] Wszystkie miary za okres ostatnich 12 miesięcy i ich pochodne (Aktywni Kupujący, GMV na jednego Aktywnego Kupującego, GMV za okres ostatnich 12 mies.) dla działalności międzynarodowej za 2022 r. nie są dostępne, ponieważ jej jedyny składnik w 2022 r. (Segment Mall) został objęty konsolidacją od II kwartału 2022 r., natomiast nowo utworzony Segment Allegro International został utworzony w II kwartale 2023 r.

[2] Średnia prowizja od sprzedaży to mieszana średnia prowizja od sprzedaży.

KPIs (niebadane)	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	Zmiana %	IV kw. 2023	IV kw. 2022	Zmiana %
Skorygowana EBITDA/GMV (%)	(11,50%)	(5,05%)	(6,45pp)	(11,95%)	(2,77%)	(9,19pp)
<i>w tym Segment Mall</i>	<i>(6,75%)</i>	<i>(5,05%)</i>	<i>(1,70pp)</i>	<i>(4,47%)</i>	<i>(2,77%)</i>	<i>(1,70pp)</i>
<i>w tym Segment Allegro International</i>	<i>(31,53%)</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>	<i>(26,59%)</i>	<i>N/D</i>	<i>N/D</i>



PONIŻSZA TABELA PRZEDSTAWIA WYBRANE SKONSOLIDOWANE DANE FINANSOWE
DZIAŁALNOŚCI MIĘDZYNARODOWEJ ZA LATA OBROTOWE 2023 I 2022.

Skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów (zbadane), mln PLN	Działalność międzynarodowa											
	Segment Mall			Allegro International			Wylączenia			Razem		
	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	Zmiana %	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	Zmiana %	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	Zmiana %	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	Zmiana %
GMV	3 031,1	3 106,9	(2,4%)	662,2	—	N/D	(87,7)	—	N/D	3 605,7	3 106,9	16,1%
w tym 1P	2 501,3	2 616,3	(4,4%)	—	—	N/D	—	—	N/D	2 501,3	2 616,3	(4,4%)
w tym 3P	529,8	490,6	8,0%	662,2	—	N/D	(87,7)	—	N/D	1 104,4	490,6	125,1%
Przychody ze sprzedaży i pozostałe dochody operacyjne razem	2 325,3	2 365,8	(1,7%)	56,1	—	N/D	(47,2)	—	—	2 334,2	2 365,8	(1,3%)
Przychody	2 325,3	2 365,8	(1,7%)	56,1	—	N/D	(47,2)	—	N/D	2 334,2	2 365,8	(1,3%)
Przychody platformy handlowej	70,6	59,1	19,5%	43,7	—	N/D	(5,3)	—	N/D	109,0	59,1	84,5%
Przychody z usług reklamowych	10,6	4,9	116,8%	5,1	—	N/D	(11,1)	—	N/D	4,6	4,9	(5,8%)
Przychody ze sprzedaży towarów	2 116,1	2 214,4	(4,4%)	—	—	N/D	—	—	N/D	2 116,1	2 214,4	(4,4%)
Przychody z usług logistycznych	93,2	59,7	56,2%	7,3	—	N/D	(13,7)	—	N/D	86,9	59,7	45,5%
Pozostałe przychody	34,8	27,7	25,6%	—	—	N/D	(17,1)	—	N/D	17,7	27,7	(36,2%)
Pozostałe dochody operacyjne	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Koszty operacyjne	(2 543,9)	(2 564,1)	(0,8%)	(278,6)	—	N/D	45,9	—	N/D	(2 776,6)	(2 564,1)	8,3%
Koszty obsługi płatności	(14,4)	(11,1)	29,8%	(5,2)	—	N/D	—	—	N/D	(19,7)	(11,1)	76,8%
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	(1 861,5)	(1 942,8)	(4,2%)	—	—	N/D	5,8	—	N/D	(1 855,8)	(1 942,8)	(4,5%)
Koszty dostaw netto	(69,9)	(12,9)	443,3%	(15,6)	—	N/D	8,6	—	N/D	(76,9)	(12,9)	497,8%
Koszty usług marketingowych	(194,8)	(208,7)	(6,7%)	(177,9)	—	N/D	17,5	—	N/D	(355,2)	(208,7)	70,2%
Koszty pracownicze	(291,5)	(258,6)	12,7%	(55,3)	—	N/D	1,7	—	N/D	(345,1)	(258,6)	33,4%
Koszty usług IT	(33,8)	(21,2)	59,5%	(3,6)	—	N/D	—	—	N/D	(37,5)	(21,2)	76,7%
Pozostałe koszty	(76,5)	(107,7)	(28,9%)	(20,8)	—	N/D	12,4	—	N/D	(85,0)	(107,7)	(21,1%)
Odpisy netto z tytułu utraty wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów z klientami	(1,3)	(1,0)	23,3%	(0,1)	—	N/D	—	—	N/D	(1,4)	(1,0)	33,0%
Zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją oraz odpisami z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych (EBITDA)	(218,6)	(198,3)	10,2%	(222,5)	—	N/D	(1,2)	—	N/D	(442,3)	(198,3)	123,0%

Uwaga: Wskaźniki wzrostu r/r dla Segmentu Mall za rok obrotowy 2023 nie są miarodajne, ponieważ nie był on objęty konsolidacją w I kwartale 2022 r. Poniższa tabela przedstawia kluczowe dane finansowe pro-forma dla Segmentu Mall w celu spójnego przedstawienia trendów w odniesieniu do roku obrotowego 2022.

DZIAŁALNOŚĆ MIĘDZYNARODOWA – SEGMENT MALL: ROK 2023 VS DANE PRO-FORMA ZA ROK 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 2023	Rok obrotowy 2022 pro-forma [1]	Zmiana % pro-forma [1]
GMV	3 031,1	3 910,9	(22,5%)
Przychody	2 325,3	2 996,8	(22,4%)
Skorygowana EBITDA	(204,6)	(197,0)	3,9% [2]
Aktywni Kupujący za ostatnie 12 mies. (w mln)	4,0	4,2	(3,9%)
GMV na jednego Aktywnego Kupującego (w PLN)	755,0	936,3	(19,4%)

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

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 pięcioma historycznymi wskaźnikami pro-forma przedstawionymi powyżej.

GMV

GMV pro-forma dla segmentu Mall za rok obrotowy 2023 spadło o 22,5% r/r, co wynikało ze spadku GMV w modelu 1P i 3P odpowiednio o 25,6% i 11,0% r/r. Było to wynikiem utrzymującego się słabszego popytu konsumenckiego w roku obrotowym 2023 w krajach, w których działa Segment Mall, co odbiło się zarówno na GMV, jak i na marżach.

Ta niekorzystna sytuacja handlowa w roku obrotowym 2023 jest wynikiem połączenia trzech kluczowych czynników. Po pierwsze, podobnie jak większość krajów Europy Środkowej, kraje, w których Grupa Mall prowadzi działalność, doświadczyły w 2022 r. znacznego przyspieszenia inflacji (od 9,3% w Słowenii do 15,3% na Węgrzech), która pomimo spowolnienia w ujęciu średnim, pozostała na wysokim poziomie w 2023 r. (od 7,2% w Słowenii do 17,0% na Węgrzech). Inflacja ta wywierała presję na dochody do dyspozycji, co z kolei negatywnie odbiło się na sprzedaży detalicznej, powodując szereg realnych zmian r/r w obszarze działalności Grupy Mall od -4,1% w Słowenii do -6,7% na Słowacji, z wyjątkiem Chorwacji, która odnotowała odbicie o 2,4%. Ponieważ asortyment Segmentu Mall jest w znacznym stopniu skoncentrowany na elektronice i sprzęcie AGD, które stanowią część wydatków uznaniowych konsumentów, poziom GMV w Segmentie 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, w III i IV kwartale 2023 r. Grupa skupiła się na rentowności Segmentu Mall i ograniczyła wsparcie marketingowe dla wielu produktów o niskiej marży lub słabej konwersji. I w końcu nastąpiła znaczna redukcja asortymentu trzymanego w zapasach, aby ponownie skoncentrować się na produktach o wyższej marży. Stan zapasów na koniec roku zmniejszył się o 36% r/r, przy czym zapasy zalegające uległy zmniejszeniu o 25% r/r. Działania te doprowadziły do przyspieszenia spadków GMV w drugiej połowie 2023 r., przy czym straty w tym okresie pozostały zasadniczo na niezmiennym poziomie. Malejący stan zapasów

pozwolił na uwolnienie środków pieniężnych, które w znacznym stopniu pokryły straty poniesione w 2023 roku. Ponadto od czasu uruchomienia w maju 2023 r. platformy handlowej allegro.cz, marki Mall i CZC funkcjonują jako sprzedawcy i koncentrują się na prowadzeniu efektywnej sprzedaży na nowej platformie. W rezultacie ich wkład w GMV allegro.cz wzrósł z 6,0 mln PLN w drugim kwartale 2023 r. i 23,4 mln PLN w trzecim kwartale 2023 r. do 58,3 mln PLN w czwartym kwartale 2023 r., osiągając 14,2% GMV platformy handlowej allegro.cz. Wkład mall.cz i CZC do GMV allegro.cz jest przedstawiony jako wyłączenia międzysegmentowe między Segmentem Mall i Segmentem Allegro International.

PRZYCHODY

Przychody pro forma Segmentu Mall spadły o 22,4% r/r w roku obrotowym 2023, co było spowodowane spadkiem GMV.

SKORYGOWANA EBITDA

Skorygowana strata EBITDA pro-forma dla Segmentu Mall za rok obrotowy 2023 osiągnęła poziom 204,6 mln PLN, podczas gdy za rok obrotowy 2022 skorygowana strata EBITDA pro-forma wyniosła 197,0 mln PLN, co oznacza wzrost o 3,9% r/r mimo spadku przychodów. Wynika to z koncentracji Kierownictwa na efektywności operacyjnej, która zrekompensowała spadek przychodów postępowaniem w optymalizacji kosztów marketingu i sprzedaży, wynikającym z redukcji zatrudnienia (-20,5% r/r), konsolidacji zdolności magazynowych i zamknięcia fizycznych sklepów marki Mall oraz punktów odbioru. Oszczędności te były na tyle znaczące, że narastające w ujęciu r/r koszty darmowej dostawy w wysokości 57 mln PLN, które pojawiły się po wprowadzeniu programu Smart! w Mall.cz pod koniec 2022 r., zostały niemal w całości zaabsorbowane.

[2] Źródło: Eurostat, średnie roczne tempo zmian zharmonizowanego wskaźnika cen konsumpcyjnych (HICP).

[3] Źródło: Eurostat, zmiana r/r obrotów po uwzględnieniu inflacji w handlu detalicznym, z wyłączeniem pojazdów silnikowych, motocykli i paliw

Niniejszy dokument nie stanowi wiążącej wersji rocznego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu. Oficjalna wersja Sprawozdania Rocznej Grupy Allegro.eu, zawierająca roczne Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe i uzupełniające je sprawozdanie rewidenta, zawarta jest w pakiecie sprawozdawczym, który można znaleźć na stronie internetowej Allegro.eu. W przypadku rozbieżności między niniejszą wersją a pakietem sprawozdawczym wiążący jest pakiet sprawozdawczy.



DZIAŁALNOŚĆ MIĘDZYNARODOWA – SEGMENT ALLEGRO INTERNATIONAL: ROK OBROTOWY 2023 OBROTOWY 2023

Po przejściu Grupy Mall w kwietniu 2022 r. Grupa rozpoczęła prace nad przygotowaniem wersji platformy handlowej Allegro dostosowanej do prowadzenia działalności na terytorium Republiki Czeskiej. Po kilku kwartałach ponoszenia kosztów uruchomienia i rozwoju oprogramowania w celu dostosowania oprogramowania Allegro do wymagań nowego rynku, nowa platforma handlowa „Allegro.cz” została uruchomiona w dniu 9 maja 2023 roku. Allegro.cz udostępnia czeskim konsumentom oferty polskich i międzynarodowych sprzedawców, a także oferty sprzedawców z Czech, w tym marek Grupy Mall i CZC. Allegro.cz jest przetłumaczone na język czeski, a transakcje są przeprowadzane w koronach czeskich (CZK) i dostarczane międzynarodowymi i czeskimi metodami transportu, w tym przez należącą do Grupy firmę kurierską WE|DO.

Pełne uruchomienie komercyjne, wspierane przez ATL („Above the Line”, tj. środki masowego przekazu, kampanie reklamowe) nastąpiło 31 lipca. Działania marketingowe koncentrowały się na korzyściach związanych z asortymentem i ceną. W ciągu prawie trzech kwartałów działalności Allegro.cz dokonano znacznych inwestycji początkowych w marketing internetowy w celu pozyskania nowych kupujących z rynku i zachęcenia obecnych Aktywnych Kupujących Grupy Mall do wypróbowania nowej, siostrzanej platformy handlowej. Do grudnia 2023 r., po pięciu miesiącach od pełnego komercyjnego uruchomienia, świadomość marki Allegro.cz osiągnęła poziom ponad 90% i platforma ta stała się jedną z najczęściej odwiedzanych witryn e-commerce oraz najczęściej pobieranych aplikacji w Czechach.

W okresie działalności Allegro.cz w 2023 r. baza Aktywnych Kupujących osiągnęła 1,6 mln, w tym 0,6 mln obecnie aktywnych kupujących z Segmentu Mall, a GMV za ostatnie 12 mies. na jednego Aktywnego Kupującego wzrosła od zera do 415,9 PLN w okresie od maja do grudnia. W rezultacie łączna wartość GMV wyniosła 662,2 mln PLN. 86,8% tej kwoty stanowiły transakcje dokonane przez sprzedawców zewnętrznych połączonych bezpośrednio z Allegro.cz, a 13,2%, czyli 87,7 mln PLN, to transakcje dokonane przez marki Mall i CZC działające jako sprzedawcy na platformie handlowej Allegro.cz. Te

ostatnie transakcje są eliminowane w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym i prezentowane jako GMV i przychody Segmentu Mall.

Średnie prowizje od sprzedaży zostały naliczone od wszystkich sprzedawców, z wyjątkiem wstępnego okresu próbnego dla nowo zarejestrowanych sprzedawców z Czech, co dało średnią prowizję od sprzedaży w wysokości 6,6% we wspomnianym okresie. Wraz z przychodami z pierwszych reklam realizowanych na nowej platformie handlowej, Allegro.cz wygenerowało w 2023 r. przychody w wysokości 56,1 mln PLN. Opłaty za płatności i dofinansowane koszty dostawy dla abonentów programu Smart! wyniosły łącznie 20,8 mln PLN, a stałe koszty pracownicze, koszty usług IT i inne wydatki wyniosły łącznie 79,8 mln PLN. Oczekuje się, że koszty pracownicze związane z obsługą uruchomienia platformy handlowej na rynkach zagranicznych rozłożą się na wszystkie rynki, na których Allegro zamierza rozpocząć działalność, co doprowadzi do uzyskania w odniesieniu do tych kosztów korzyści skali. Przed uwzględnieniem kosztów usług marketingowych, strata z tytułu rozpoczęcia działalności wyniosła zatem 30,8 mln PLN.

Koszty usług marketingowych wyniosły łącznie 177,9 mln PLN i obejmowały koszty kampanii ATL, koszty zakupu ruchu w celu przyciągnięcia nowych Aktywnych Kupujących i powtarzających się transakcji, a także koszty dostaw w programie Smart! realizowanych w ramach bezpłatnych umów próbnych, głównie w ramach kampanii „Smart na Start”, które są klasyfikowane jako koszty marketingowe, ponieważ za usługę nie płaci ani kupujący, ani sprzedawca. Oczekuje się, że w miarę rozwoju działalności, w wyniku którego w strukturze ruchu pojawi się więcej powtarzających się transakcji i darmowych wejść, a większa liczba klientów przejdzie na płatne subskrypcje Smart!, odsetek GMV przeznaczony na wydatki na usługi marketingowe będzie z czasem ulegał zmniejszeniu.

Łączna inwestycja początkowa w Allegro.cz za osiem miesięcy działalności tej platformy w 2023 r. została zatem odzwierciedlona w skorygowanej stracie EBITDA w wysokości 208,8 mln PLN.

DZIAŁALNOŚĆ MIĘDZYNARODOWA: IV KW. 2023 R. VS IV KW. 2022 R.

Skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów (niebadane), mln PLN	Działalność międzynarodowa											
	Segment Mall			Allegro International			Wylączenia			Razem		
	IV kw. 2023	IV kw. 2022	Zmiana %	IV kw. 2023	IV kw. 2022	Zmiana %	IV kw. 2023	IV kw. 2022	Zmiana %	IV kw. 2023	IV kw. 2022	Zmiana %
GMV	911,8	1 424,1	(36,0%)	410,6	—	N/D	(58,3)	—	N/D	1 264,1	1 424,1	(11,2%)
w tym 1P	759,3	1 182,2	(35,8%)	—	—	N/D	—	—	N/D	759,3	1 182,2	(35,8%)
w tym 3P	152,5	241,9	(37,0%)	410,6	—	N/D	(58,3)	—	N/D	504,8	241,9	108,6%
Przychody ze sprzedaży i pozostałe dochody operacyjne razem	726,4	1 060,6	(31,5%)	36,8	—	N/D	(39,6)	—	N/D	723,6	1 060,6	(31,8%)
Przychody	726,4	1 060,6	(31,5%)	36,8	—	N/D	(39,6)	—	N/D	723,6	1 060,6	(31,8%)
Przychody platformy handlowej	20,3	29,9	(32,1%)	26,3	—	N/D	(3,8)	—	N/D	42,8	29,9	43,3%
Przychody z usług reklamowych	3,4	2,0	71,6%	3,8	—	N/D	(6,9)	—	N/D	0,3	2,0	(86,0%)
Przychody ze sprzedaży towarów	635,7	993,1	(36,0%)	—	—	N/D	—	—	N/D	635,7	993,1	(36,0%)
Przychody z usług logistycznych	41,6	24,1	72,4%	6,7	—	N/D	(13,2)	—	N/D	35,1	24,1	45,6%
Pozostałe przychody	25,4	11,5	121,2%	—	—	N/D	(15,7)	—	N/D	9,7	11,5	(15,7%)
Pozostałe dochody operacyjne	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Koszty operacyjne	(773,2)	(1 116,3)	(30,7%)	(147,8)	—	N/D	38,5	—	N/D	(882,6)	(1 116,3)	(20,9%)
Koszty obsługi płatności	(3,6)	(4,9)	(26,0%)	(3,2)	—	N/D	—	—	N/D	(6,8)	(4,9)	38,5%
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	(557,8)	(867,2)	(35,7%)	—	—	N/D	4,3	—	N/D	(553,5)	(867,2)	(36,2%)
Koszty dostaw netto	(27,2)	(6,4)	322,1%	(13,3)	—	N/D	7,9	—	N/D	(32,6)	(6,4)	406,3%
Koszty usług marketingowych	(66,3)	(104,4)	(36,4%)	(105,1)	—	N/D	13,4	—	N/D	(158,0)	(104,4)	51,4%
Koszty pracownicze	(70,6)	(91,0)	(22,4%)	(12,3)	—	N/D	1,7	—	N/D	(81,1)	(91,0)	(10,8%)
Koszty usług IT	(9,4)	(6,3)	49,7%	(1,0)	—	N/D	—	—	N/D	(10,5)	(6,3)	65,1%
Pozostałe koszty	(38,6)	(34,9)	10,5%	(13,0)	—	N/D	11,2	—	N/D	(40,4)	(34,9)	15,7%
Odpisy netto z tytułu utraty wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów z klientami	0,4	(1,0)	N/D	—	—	N/D	—	—	N/D	0,4	(1,0)	N/D
Zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją oraz odpisami z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych (EBITDA)	(46,8)	(55,6)	(15,8%)	(111,0)	—	N/D	(1,2)	—	N/D	(159,0)	(55,6)	185,8%

DZIAŁALNOŚĆ MIĘDZYNARODOWA – SEGMENT MALL: IV KW. 2023 R. VS IV KW. 2022 R.

Wybrane dane finansowe dla Segmentu Mall, w mln PLN (niebadane)	IV kw. 2023	IV kw. 2022	Zmiana %
GMV	911,8	1 424,1	(36,0%)
Przychody	726,4	1 060,6	(31,5%)
Skorygowana EBITDA	(40,7)	(39,4)	N/D ^[1]
Aktywni Kupujący za ostatnie 12 mies. (w mln)	4,0	4,2	(3,9%)
GMV na jednego Aktywnego Kupującego (w PLN)	1 109,8	936,3	18,5%

[1] Nie dotyczy, ponieważ dane porównawcze pro-forma były liczbą ujemną przy Skorygowanej stracie EBITDA w wysokości 39,4 mln PLN i 197,0 mln PLN w okresach, za które przedstawiono dane porównawcze pro-forma, tj. odpowiednio w IV kw. 2022 r. i w roku obrotowym 2022.

GMV

Wartość GMV dla Segmentu Mall spadła o 36,0% r/r w IV kwartale 2023 r. w warunkach silnych niekorzystnych czynników wynikających z utrzymującego się słabego popytu konsumpcyjnego w połączeniu ze zwiększonym naciskiem Kierownictwa na stabilizację marż brutto i poprawę efektywności wydatków marketingowych na pozyskiwanie ruchu w celu zapewnienia rentownej sprzedaży. Umocnienie złotego wobec korony czeskiej w IV kw. 2023 r. było odpowiedzialne za 3,4 pkt. proc. łącznego spadku r/r.

PRZYCHODY

Przychody Segmentu Mall spadły o 31,5% r/r w IV kw. 2023 r., co wynikało z dalszego spadku przychodów ze sprzedaży detalicznej spowodowanego niższą wartością GMV, częściowo skompensowanego w IV kw. 2023 r. przez wyższą o 0,95 pkt. proc. r/r Średnią prowizję od sprzedaży naliczaną od GMV Mall w modelu 3P.

KOSZTY OPERACYJNE

Koszty operacyjne spadły o 233,7 mln PLN, czyli o 20,9%, z 1 116,3 mln PLN za IV kwartał 2022 r. do 882,6 mln PLN za IV kwartał 2023 r. Spadek ten wynikał głównie ze spadku kosztów sprzedanych towarów wraz ze spadkiem sprzedaży, co było związane z wysiłkami na rzecz stabilizacji marż brutto, które przyniosły poprawę wyników, wraz z ciągłymi staraniami na rzecz poprawy efektywności w zakresie kosztów marketingowych i pracowniczych. Oszczędności te zostały częściowo zniwelowane przez wyższe koszty dostaw netto wynikające z wprowadzenia programu Smart! w Grupie Mall w IV kwartale 2022 r.

SKORYGOWANA EBITDA

W wyniku opisanych powyżej czynników, skorygowana strata EBITDA dla Segmentu Mall wyniosła 40,7 mln PLN w IV kwartale 2023 r., co oznacza wzrost o zaledwie 3,9% r/r, pomimo znaczących spadków GMV i przychodów.

DZIAŁALNOŚĆ MIĘDZYNARODOWA – SEGMENT ALLEGRO INTERNATIONAL: IV KW. 2023

GMV Allegro.cz wzrosło w czwartym kwartale 2023 r. do 410,6 mln PLN, co oznacza wzrost o 110,6% kw/kw. Ten szybki wzrost wynikał zarówno z wysokiego wskaźnika pozyskiwania klientów, jak i powtarzalności zakupów, a także z pozytywnego wpływu szczytu sezonu zakupowego w czwartym kwartale na ogólny popyt. Sukcesy kampanii Dni Allegro, Czarnego Tygodnia i Świąt Bożego Narodzenia przyczyniły się do wzrostu wydatków w tym kwartale. Liczba Aktywnych Kupujących podwoiła się w ujęciu kw/kw z 0,8 mln do 1,6 mln na koniec roku, z czego 1,0 mln stanowili nowi klienci Grupy, a 0,6 mln obecni klienci Segmentu Mall. Wartość GMV na jednego Aktywnego Kupującego wzrosła o 27,3% kw/kw i osiągnęła 415,9 PLN od momentu uruchomienia Allegro.cz w maju. Spowolnienie tempa wzrostu wynika z wysokiego udziału nowych klientów w bazie kupujących w czwartym kwartale.

Marki Mall i CZC poczyniły znaczne postępy w sprzedaży jako sprzedawcy na platformie handlowej Allegro.cz, osiągając w IV kw. 2023 r. wzrost o 149,1% kw/kw do 58,3 mln PLN, co odpowiada 14,2% całkowitej wartości GMV Allegro.cz, przy czym pozostała część pochodzi od polskich, międzynarodowych i, w coraz większym stopniu, czeskich sprzedawców zewnętrznych zarejestrowanych na platformie. Łączna baza sprzedawców osiągnęła do końca 2023 r. 31 tysięcy użytkowników, którzy wystawiają 53 miliony produktów w 150 milionach ofert.

Wartość GMV wyrażona w PLN była zaniżona w IV kw. 2023 r. przez silnie umacniającą się polską walutę, co spowodowało osłabienie wzrostu o ok. 7,6 pkt. proc. w porównaniu do wzrostu kw/kw mierzonego w walucie lokalnej. W ujęciu w walucie lokalnej wzrost GMV w ujęciu kw/kw wyniósłby 118,2%.

Łączne przychody Allegro.cz wzrosły o 128,6% kw/kw do 36,8 mln PLN, podczas gdy Średnia prowizja od sprzedaży wyniosła 6,41%, a przychody z usług reklamowych wzrosły o 219,4% kw/kw do 3,8 mln PLN. Reinwestowanie Średniej prowizji od sprzedaży w transakcje w ramach kampanii zakupowych, wraz z rabatami dla nowo pozyskanych sprzedawców,

przyczyniło się do spadku Średniej prowizji od sprzedaży w porównaniu z III kwartałem, kiedy wyniosła ona 7,34%.

Koszty obsługi płatności i dofinansowanie kosztów dostawy dla abonentów Smart! (z wyłączeniem Smart na Start prezentowanego w kosztach marketingu) wyniosły 16,5 mln PLN w IV kw. 2023 r., co oznacza wzrost o 316,6% kw/kw, natomiast stałe koszty pracownicze, usług IT i pozostałe koszty wyniosły 26,2 mln PLN, co oznacza wzrost o 87,0% kw/kw. Przed uwzględnieniem kosztów stałych i kosztów usług marketingowych, bezpośredni wkład wyniósł 22,1 mln PLN, czyli 5,4% GMV.

Koszty usług marketingowych wyniosły 105,1 mln PLN w IV kw. 2023 r., co stanowi wzrost o 89,3% kw/kw, i obejmowały koszty kampanii ATL, koszty zakupu ruchu w celu przyciągnięcia nowych Aktywnych Kupujących i powtarzających się transakcji, a także koszty dostaw w programie Smart! realizowanych w ramach bezpłatnych umów próbnych, głównie w ramach kampanii „Smart na Start”, które są klasyfikowane jako koszty marketingowe, ponieważ za usługę nie płaci ani kupujący, ani sprzedawca. Łącznie powyższe koszty usług marketingowych stanowiły 25,6% GMV wygenerowanego w IV kwartale 2023 r.

Łączne nakłady na uruchomienie Allegro.cz w IV kw. 2023 r. znalazły zatem odzwierciedlenie w skorygowanej stracie EBITDA w wysokości 109,2 mln PLN, która wzrosła o 92,8% kw/kw, podczas gdy strata wyrażona jako procent wygenerowanej GMV zmniejszyła się o 2,5 pkt. proc. z 29,1% w III kw. do 26,6% w IV kw.

2.2.4 UZGODNIENIE CAŁKOWITYCH DOCHODÓW OGÓŁEM GRUPY

Skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów, mln PLN	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	Zmiana %	IV kw. 2023	IV kw. 2022	Zmiana %
EBITDA dla działalności w Polsce	2 859,3	2 198,8	30,0%	882,5	683,7	29,1%
EBITDA dla działalności międzynarodowej	(442,3)	(198,3)	123,0%	(159,0)	(55,6)	185,8%
Wyłączenia i Inne	(2,9)	—	N/D	(2,8)	—	N/D
EBITDA	2 414,1	2 000,5	20,7%	720,7	628,1	14,7%
Amortyzacja oraz odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych	(1 624,0)	(3 182,7)	(49,0%)	(871,6)	(255,6)	240,9%
Amortyzacja wartości niematerialnych i prawnych	(730,0)	(632,0)	15,5%	(168,9)	(167,3)	0,9%
Amortyzacja środków trwałych	(244,1)	(240,0)	1,7%	(67,0)	(76,0)	(11,8%)
Odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych	(649,9)	(2 310,7)	(71,9%)	(635,6)	(12,3)	5 077,0%
Zysk z działalności operacyjnej	790,1	(1 182,1)	N/D	(150,8)	372,4	(140,5%)
Wynik z działalności finansowej	(290,0)	(457,3)	(36,6%)	(45,5)	(110,3)	(58,7%)
Przychody finansowe	74,3	27,1	173,5%	17,0	7,6	123,8%
Koszty finansowe	(290,9)	(490,6)	(40,7%)	(4,5)	(138,2)	(96,7%)
Dodatnie/(ujemne) różnice kursowe	(73,3)	6,1	(1 299,9%)	(58,0)	20,3	(386,0%)
Zysk/(strata) przed opodatkowaniem	500,2	(1 639,5)	N/D	(196,4)	262,1	(174,9%)
Podatek dochodowy	(216,1)	(277,3)	(22,1%)	(37,2)	(82,6)	(54,9%)
Zysk/(strata) netto	284,1	(1 916,8)	N/D	(233,6)	179,6	(230,1%)
Inne całkowite dochody/(straty)	(229,1)	185,3	(223,7%)	(26,8)	(102,6)	(73,9%)
Razem całkowite dochody/(strata) za okres obrotowy	54,9	(1 731,5)	N/D	(260,4)	77,0	(438,3%)

AMORTYZACJA ORAZ ODPISY Z TYTUŁU UTRATY WARTOŚCI NIEFINANSOWYCH AKTYWÓW TRWAŁYCH

Amortyzacja i odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych spadły o 1 558,7 mln PLN, tj. 49,0%, z 3 182,7 mln PLN w roku obrotowym 2022 do 1 624,0 mln PLN w roku obrotowym 2023, podczas gdy w IV kwartale 2023 roku amortyzacja wzrosła o 615,9 mln PLN, tj. 240,9%, z 255,6 mln PLN w IV kwartale 2022 roku do 871,6 mln PLN w IV kwartale 2023 roku.

W III kwartale 2022 r. ujęto niepieniężny odpis z tytułu utraty wartości w wysokości 2 293 mln PLN w celu obniżenia wartości bilansowej Grupy Mall i WEJDO do szacowanej wartości odzyskiwalnej. Wynikało to z trwałego wzrostu kosztów kapitału własnego i finansowania zewnętrznego oraz poważnego pogorszenia warunków w otoczeniu gospodarczym, w wyniku którego wyniki przejętych podmiotów były znacznie gorsze od oczekiwanych. W tym samym czasie podobne spółki z sektora e-commerce notowane na giełdzie doświadczyły znaczącego i trwałego spadku wyceny.

Na dzień 31 grudnia 2023 r. Grupa przeprowadziła coroczne testy na utratę wartości, w tym na utratę wartości aktywów jednostek przypisanych do działalności międzynarodowej. O ile szacowana wartość godziwa całej działalności międzynarodowej wzrosła w porównaniu do wartości godziwej w równoważnym teście na utratę wartości przeprowadzonym za 2022 r., to pozytywny wpływ można przypisać głównie platformie Allegro.cz, która od momentu uruchomienia w maju 2023 r. stanowiła odrębny segment operacyjny, Segment Allegro International, włączony do działalności międzynarodowej Allegro. Z kolei jednostki biznesowe Mall funkcjonujące w Czechach i na Słowacji, będące częściami ośrodków generujących środki pieniężne (CGU) Mall North i CZC, nie osiągały wyników zgodnych z wcześniejszymi prognozami, a testy na utratę wartości każdego z tych CGU wykazały, że część wartości niematerialnych i prawnych, co do których nie oczekuje się, że przyczynią się do dalszego rozwoju platform handlowych Allegro, powinna zostać objęta odpisem z tytułu utraty wartości. W rezultacie Grupa ujęła odpis z tytułu utraty wartości w kwocie brutto 629,2 mln PLN, który został skompensowany z wpływem podatku odroczonego w kwocie 123,7 mln PLN.

WYNIK Z DZIAŁALNOŚCI FINANSOWEJ

Wynik z działalności finansowej poprawił się o 167,4 mln PLN, czyli o 36,6%, ze straty w wysokości 457,3 mln PLN w roku obrotowym 2022 do straty w wysokości 290,0 mln PLN w roku obrotowym 2023, natomiast za IV kwartał 2023 r. wynik z działalności finansowej poprawił się o 64,8 mln PLN, czyli o 58,7%, ze straty w wysokości 110,3 mln PLN w IV kwartale 2022 r. do straty w wysokości 45,5 mln PLN w IV kwartale 2023 r.

Poprawa wyniku głównie ze zmian wyceny finansowania zewnętrznego Grupy według zamortyzowanego kosztu. W roku obrotowym 2023 Grupa ujęła niepieniężne przychody finansowe w wysokości 109,1 mln PLN, natomiast w okresie porównawczym Grupa ujęła niepieniężne koszty finansowe w łącznej wysokości 101,3 mln PLN. Przychody finansowe wygenerowane w roku obrotowym 2023 były przede wszystkim związane z refinansowaniem przeprowadzonym w IV kwartale 2023 r., które spowodowało zmianę i wydłużenie okresu obowiązywania Umów Kredytów Nadrzędnych o dwa lata. Zmiana w poprzednim roku była spowodowana przejęciem Grupy Mall, co zwiększyło poziom dźwigni finansowej Grupy, przyczyniając się do wyższej marży odsetkowej i zwiększonej wartości bieżącej przyszłych

wpływów pieniężnych, zmniejszając tym samym zamortyzowany koszt zadłużenia i generując niepieniężne koszty finansowe netto.

Wyniki finansowe za każdy okres uwzględniają koszty obsługi zadłużenia Grupy. Grupa stanęła w obliczu wyższego nominalnego kosztu obsługi finansowania zewnętrznego Grupy w roku obrotowym 2023, generując koszt w wysokości 577,8 mln PLN w roku obrotowym 2023, w porównaniu do 485,0 mln PLN w roku obrotowym 2022, wynikający ze znacznego wzrostu stawki referencyjnej WIBOR od trzeciego kwartału 2022 roku. 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 219,8 mln PLN w roku obrotowym 2023 w porównaniu do przychodu w wysokości 146,8 mln PLN w roku obrotowym 2022.

Dodatkowo, na wynik z działalności finansowej Grupy za 2023 r. wpłynęły ujemne różnice kursowe w wysokości 73,3 mln PLN wynikające z umocnienia się waluty PLN, co skutkowało ujęciem zarówno zrealizowanych, jak i niezrealizowanych ujemnych różnic kursowych powstałych głównie na aktywach denominowanych w koronach czeskich.



PODATEK DOCHODOWY

Obciążenia z tytułu podatku dochodowego spadły o 61,2 mln PLN, czyli o 22,1%, z 277,3 mln PLN w roku obrotowym 2022 do 216,1 mln PLN w roku obrotowym 2023, natomiast w IV kwartale 2023 r. obciążenia z tytułu podatku dochodowego spadły o 45,4 mln PLN, czyli o 54,9%, z 82,6 mln PLN w IV kwartale 2022 r. do 37,2 mln PLN w IV kwartale 2023 r.

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 stawka podatkowa Grupy za rok obrotowy 2023 wyniosła 43,2%, głównie z powodu nieujętych aktywów z tytułu odroczonego podatku dochodowego wynikających ze strat podatkowych poniesionych przez Grupę Mall. Efektywna stawka podatku za rok obrotowy 2022 nie jest możliwa do obliczenia ze względu na ujęcie niepodlegającego odliczeniu odpisu z tytułu utraty wartości firmy związanego z aktywami Mall Group a.s. i WE|DO CZ s.r.o. Efektywna stawka podatkowa Grupy za IV kwartał 2023 r. nie jest możliwa do obliczenia ze względu na odpis z tytułu utraty wartości ujęty w odniesieniu do Grupy Mall, natomiast za IV kwartał 2022 r. wyniosła ona 31,4%.

mIn PLN	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	Zmiana %	IV kw. 2023	IV kw. 2022	Zmiana %
Podatek dochodowy bieżący	(373,7)	(292,8)	27,6%	(135,2)	(105,0)	N/D
Korekty z tytułu podatku bieżącego za poprzednie okresy	13,1	(52,6)	N/D	(0,2)	(0,3)	(46,9%)
(Zwiększenie) / Zmniejszenie stanu rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego	144,4	68,0	112,3%	98,2	22,7	332,4%
Obciążenie z tytułu podatku dochodowego	(216,1)	(277,3)	(22,1%)	(37,2)	(82,6)	(54,9%)

Grupa nie identyfikuje żadnych 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 wzrósł o 2 200,9 mln PLN z ujemnej kwoty 1 916,8 mln PLN w roku obrotowym 2022 do 284,1 mln PLN w roku obrotowym 2023, natomiast w IV kwartale 2023 r. zysk netto spadł o 413,2 mln PLN, czyli o 230,1%, z 179,6 mln PLN w IV kwartale 2022 r. do ujemnej kwoty 233,6 mln PLN w IV kwartale 2023 r.

SKORYGOWANY ZYSK NETTO

Skorygowany zysk netto wzrósł o 181,7 mln PLN, czyli o 29,2% r/r, z 622,4 mln PLN w roku obrotowym 2022 do 804,2 mln PLN w roku obrotowym 2023, po wyłączeniu korekt EBITDA w wysokości 126,0 mln PLN, po odjęciu skutków podatkowych powyższych korekt w wysokości 20,9 mln PLN oraz odpisów z tytułu utraty wartości aktywów niefinansowych w Grupie Mall i WE|DO w wysokości 505,6 mln PLN, po odjęciu dodatniego wpływu ponownej wyceny kredytów i pożyczek w wysokości 76,1 mln PLN oraz

14,5 mln PLN z tytułu odwrócenia jednorazowego wpływu postępowań podatkowych z poprzedniego roku.

W IV kwartale 2023 r. skorygowany zysk netto wzrósł o 6,1 mln PLN, czyli o 2,7% r/r, z 218,3 mln PLN w IV kwartale 2022 r. do 224,4 mln PLN, po wyłączeniu korekt EBITDA w kwocie 31,1 mln PLN oraz skutków podatkowych powyższych korekt w kwocie 2,6 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 2023	Rok obrotowy 2022	IV kw. 2023	IV kw. 2022
Zysk/(strata) netto	284,1	(1 916,8)	(233,6)	179,6
Korekty EBITDA	126,0	152,2	31,1	40,1
Skutki podatkowe korekt EBITDA	(20,9)	(16,8)	(2,6)	(1,6)
Utrata wartości, wynik z działalności finansowej i korekty podatku	415,0	2 403,8	429,5	0,3
Utrata wartości aktywów niefinansowych	505,6	2 293,0	505,6	—
Aktualizacja wartości kredytów i pożyczek	(76,1)	58,2	(76,1)	—
Skutki postępowań podatkowych	(14,5)	52,6	—	0,3
Skorygowany zysk netto	804,2	622,4	224,4	218,3

INNE CAŁKOWITE DOCHODY

Inne całkowite dochody spadły o 414,4 mln PLN, czyli o 223,7%, ze 185,3 mln PLN w roku obrotowym 2022 do straty w wysokości 229,1 mln PLN w roku obrotowym 2023, podczas gdy w IV kwartale 2023 r. wzrosły o 75,8 mln PLN, czyli o 73,9%, ze straty w wysokości 102,6 mln PLN w IV kwartale 2022 r. do straty w wysokości 26,8 mln PLN w IV kwartale 2023 r.

Spadek ten wynika głównie z przeklasyfikowania zabezpieczeń przepływów pieniężnych z innych całkowitych dochodów do zysku netto, w kwocie 220,0 mln PLN za rok obrotowy 2023, w związku z rozliczeniem kontraktów swap zamieniających zmienną stopę procentową na stopę stałą, a także w związku ze zmieniającymi się oczekiwaniami dotyczącymi stóp procentowych i ich wpływem na wartość godziwą tych kontraktów.

Spadek ten był dodatkowo wzmocniony przez stratę w wysokości 42,4 mln PLN, w porównaniu do 103,7 mln PLN zysku w roku obrotowym 2022, wynikającą z przeliczenia jednostek działających za granicą, w wyniku umocnienia się polskiego złotego w stosunku do korony czeskiej i euro.

CAŁKOWITE DOCHODY OGÓŁEM

Całkowite dochody ogółem wzrosły o 1 786,4 mln PLN, ze straty wynoszącej 1 731,5 mln PLN w roku obrotowym 2022 do 54,9 mln PLN w roku obrotowym 2023, natomiast w IV kwartale 2023 r. spadły o 337,4 mln PLN, czyli o 438,3%, z 77,0 mln PLN w IV kwartale 2022 r. do straty wynoszącej 260,4 mln PLN w IV kwartale 2023 r. w wyniku czynników omówionych powyżej.



2.2.5 PRZEGLĄD WYNIKÓW DOTYCZĄCYCH PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY

Poniższa tabela przedstawia przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej, inwestycyjnej i finansowej za rok obrotowy 2023, rok obrotowy 2022, IV kwartał 2023 r. i IV kwartał 2022 r.

Przepływy pieniężne, w mln PLN	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	Zmiana %	IV kw. 2023	IV kw. 2022	Zmiana %
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	2 540,9	1 854,7	37,0%	896,1	854,9	4,8%
Zysk przed opodatkowaniem	500,2	(1 639,5)	N/D	(196,4)	262,1	(174,9%)
Podatek dochodowy zapłacony	(365,2)	(450,3)	(18,9%)	(103,8)	(69,9)	48,5%
Amortyzacja oraz odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych	1 624,0	3 182,7	(49,0%)	871,6	255,7	240,9%
Koszty odsetkowe netto	248,9	454,8	(45,3%)	(2,7)	128,9	(102,1%)
Zmiany stanu kapitału obrotowego netto	342,4	217,3	57,6%	225,5	271,4	(16,9%)
Pozostałe pozycje przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej	190,7	89,7	112,6%	102,0	6,7	1 422,8%
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(466,8)	(3 075,9)	(84,8%)	(120,6)	(162,3)	(25,7%)
Skapitalizowane koszty prac rozwojowych	(359,2)	(336,3)	6,8%	(81,5)	(87,1)	(6,4%)
<i>w tym działalność w Polsce</i>	<i>(299,6)</i>	<i>(292,6)</i>	<i>2,4%</i>	<i>(70,8)</i>	<i>(61,7)</i>	<i>14,7%</i>
<i>w tym działalność międzynarodowa</i>	<i>(59,6)</i>	<i>(43,7)</i>	<i>36,5%</i>	<i>(10,8)</i>	<i>(25,4)</i>	<i>(57,6%)</i>
Pozostałe nakłady inwestycyjne	(111,3)	(385,9)	(71,1%)	(39,2)	(70,5)	(44,4%)
<i>w tym działalność w Polsce</i>	<i>(92,3)</i>	<i>(369,4)</i>	<i>(75,0%)</i>	<i>(28,5)</i>	<i>(67,1)</i>	<i>(57,6%)</i>
<i>w tym działalność międzynarodowa</i>	<i>(19,0)</i>	<i>(16,5)</i>	<i>14,9%</i>	<i>(10,7)</i>	<i>(3,4)</i>	<i>214,9%</i>
Nabycie jednostek zależnych	—	(2 354,7)	(100,0%)	—	(4,8)	(100,0%)
Pozostałe przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej	3,6	1,1	229,2%	0,1	0,2	(42,0%)

Przepływy pieniężne, w mln PLN	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	Zmiana %	IV kw. 2023	IV kw. 2022	Zmiana %
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(883,9)	141,5	(724,7%)	(455,8)	(668,2)	(31,8%)
Nabycie akcji własnych	(87,6)	—	N/D	(67,6)	—	N/D
Zaciągnięcie kredytów i pożyczek	245,0	1 500,0	(83,7%)	245,0	—	N/D
Splata kredytów i pożyczek	(487,5)	(888,9)	(45,2%)	(487,5)	(507,9)	(1 195,5%)
Odsetki zapłacone	(576,8)	(493,9)	16,8%	(125,9)	(168,7)	(25,3%)
Rozliczenia z tytułu instrumentów zabezpieczających stopę procentową	234,9	130,5	80,0%	57,6	44,5	N/D
Opłaty leasingowe	(166,1)	(88,4)	87,9%	(44,3)	(35,0)	26,6%
Pozostałe przepływy pieniężne z działalności finansowej	(45,7)	(17,8)	157,0%	(33,0)	(1,0)	3 200,2%
Zwiększenie/(zmniejszenie) stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	1 190,1	(1 079,7)	N/D	319,8	24,4	1 210,5%
Wpływ zmian kursów walutowych na stan posiadanych środków pieniężnych	(18,6)	—	N/D	(18,6)	—	N/D

ŚRODKI PIENIĘŻNE NETTO Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ

Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej wzrosły o 686,2 mln PLN lub 37,0% z 1 854,7 mln PLN w roku obrotowym 2022 do 2 540,9 mln PLN w roku obrotowym 2023. Wynikało to głównie ze wzrostu zysku przed opodatkowaniem o 2 139,7 mln PLN r/r w roku obrotowym 2023, który został skompensowany przez zmniejszenie amortyzacji i odpisów z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych o 1 558,7 mln PLN r/r w roku obrotowym 2023 oraz spadek kosztów odsetkowych netto o 205,9 mln PLN r/r w roku obrotowym 2023. Korzystny wpływ na generowanie środków pieniężnych miał również wzrost kapitału obrotowego o 125,1 mln PLN w porównaniu do roku 2022. Wynika to z impulsu płynącego z inicjatywy kompensowania opłat sprzedawców, która przyniosła zmniejszenie

na 345 mln PLN w roku obrotowym 2023. Wzrost kapitału obrotowego netto był również spowodowany zmniejszeniem salda zapasów Mall. Wzrost wpływów pieniężnych netto z działalności operacyjnej był dodatkowo wzmocniony niższymi wpływami z tytułu podatków w wysokości 365,2 mln PLN w porównaniu do wpływów w wysokości 450,3 mln PLN w okresie porównawczym. Grupa wygenerowała również większe wpływy z lokat bankowych w wyniku wzrostu stopy referencyjnej spowodowanego podniesieniem stóp procentowych przez Narodowy Bank Polski, co przełożyło się na lepsze oferty oprocentowania lokat bankowych.

ŚRODKI PIENIĘŻNE NETTO WYKORZYSTANE W DZIAŁALNOŚCI INWESTYCYJNEJ

Środki pieniężne netto wykorzystane w działalności inwestycyjnej wyniosły 466,8 mln PLN w roku obrotowym 2023, co stanowiło wzrost o 2 609,1 r/r. Ten spadek w działalności inwestycyjnej wynika głównie z jednorazowego charakteru środków pieniężnych wykorzystanych na przejęcie Grupy Mall i WE|DO, które miało miejsce w pierwszej połowie 2022 roku. 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 wpływ środków pieniężnych za I półrocze 2022 r. odnotowany po sfinalizowaniu transakcji przejęcia wyniósł 2 354,7 mln PLN.

Grupa odnotowała wzrost kosztów prac rozwojowych podlegających kapitalizacji, które wzrosły w roku obrotowym 2023 o 22,9 mln PLN, tj. 6,8% r/r. Wzrost ten wynikał głównie z rosnących kosztów zatrudnienia i zawierania umów z inżynierami odpowiedzialnymi za prace rozwojowe, podczas gdy wielkość zespołów deweloperskich Grupy pozostała na niemal niezmiennym poziomie, co odzwierciedla koncentrację na efektywności

i ściślejszej kontroli portfela projektów w ramach programu Fit to Grow. Pozostały wzrost wpływów z działalności inwestycyjnej wynika z kosztów prac rozwojowych podlegających kapitalizacji, 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.

Pozostałe nakłady inwestycyjne Grupy zmniejszyły się w roku obrotowym 2023 o 274,6 mln PLN, czyli o 71,1% r/r. Spadek ten wynika z wolniejszego rozwoju sieci własnych automatów paczkowych Allegro oraz inwestycji w wyposażenie biur Grupy zakończonych w II kwartale 2022 r. Sieć skrytek jest rozwijana wolniej w krótkim okresie, natomiast Grupa pracuje nad różnymi rozwiązaniami mającymi na celu zwiększenie wykorzystania istniejących skrytek. Spadek pozostałych nakładów inwestycyjnych wynika również z efektów programu Fit to Grow w zakresie efektywności oraz przejścia na korzystanie z rozwiązań opartych na chmurze w zakresie wydatków związanych z infrastrukturą IT, w połączeniu z niższymi inwestycjami w magazyny Grupy.



ŚRODKI PIENIĘŻNE NETTO WYKORZYSTANE W DZIAŁALNOŚCI FINANSOWEJ

Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej wyniosły 883,9 mln PLN w roku obrotowym 2023. Zarówno otrzymane, jak i spłacone kredyty i pożyczki związane są z procesem refinansowania, tj. przedłużeniem terminu spłaty wszystkich kredytów w ramach Umowy Kredytów Nadrzędnych w łącznej kwocie kapitału 7 257,5 mln PLN o 24 miesiące do dnia 14 października 2027 roku. Grupa dokonała wcześniejszej spłaty i w rezultacie zmniejszyła zadłużenie z tytułu kredytów o kwotę 242,5 mln PLN. Grupa wykorzystowała Pierwotny Kredyt Odnawialny w kwocie 245,0 mln PLN w celu spłaty jednego kredytodawcy niebędącego stroną umowy w procesie refinansowania w 2023 roku. Grupa spłaciła w całości wykorzystany Pierwotny RCF w IV kwartale 2023 r. Zmiana stanu kredytów i pożyczek w roku obrotowym 2022 wynika z wykorzystania pomostowego kredytu terminowego w wysokości 1 000,0 mln PLN oraz wielowalutowego kredytu odnawialnego o równowartości 500,0 mln PLN, zaciągniętego w koronach 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 w roku obrotowym 2022 Grupa spłaciła całe zaległe zadłużenie Grupy Mall i WE|DO (łącznie „Podmiotów przejmowanych”) wobec banków finansujących w wysokości 2 004,8 mln CZK (równowartość 381,0 mln PLN).

Na środki pieniężne netto wykorzystane w działalności finansowej wpłynęły ponadto odsetki zapłacone od kredytów i pożyczek zaciągniętych przez Grupę, które wyniosły 576,8 mln PLN w porównaniu z wpływem 493,9 mln PLN w roku poprzednim. Wzrost ten wynika ze wzrostu wartości nominalnej zadłużenia o 1 000,0 mln PLN począwszy od II kwartału 2022 r., zaciągniętego w związku z zakończeniem transakcji przejęcia Grupy Mall i WE|DO, a także znacznym wzrostem średniej stopy referencyjnej WIBOR w związku z gwałtowną podwyżką stóp procentowych przez Narodowy Bank Polski w II półroczu 2022 r. Jednocześnie Grupa odnotowała korzystne wyniki z tytułu rozliczenia kontraktów swap zamieniających zmienną stopę procentową na stopę stałą, które wygenerowały wpływ w wysokości 234,9 mln PLN w roku obrotowym 2023 w porównaniu do wpływu w wysokości 130,5 mln PLN w roku obrotowym 2022. Na środki pieniężne netto wykorzystane w działalności finansowej wpłynęły ponadto płatności z tytułu najmu w wysokości 166,1 mln PLN, które wzrosły o 77,7 mln PLN r/r, ponieważ w 2023 r. upłynęły okresy bezzwrotności dotyczące nowych biur.

Na środki pieniężne wykorzystane w działalności finansowej w roku obrotowym 2023 miało również wpływ zakończenie programów skupu akcji własnych Grupy w celu realizacji nagród przyznanych w ramach programu motywacyjnego dla pracowników Allegro. W ramach skupu akcji własnych zakończonego w roku obrotowym 2023 Grupa wykorzystowała 67,6 mln PLN oraz 20,1 mln PLN na nabycie akcji własnych.

2.2.6 ZADŁUŻENIE GRUPY

mIn PLN	31.12.2023	31.12.2022
Skorygowana EBITDA za ostatnie 12 miesięcy dla działalności w Polsce	2 957,6	2 309,4
Skorygowana EBITDA za ostatnie 12 miesięcy dla działalności w Polsce	(414,6)	(156,8)
Wyłączenia między segmentami za ostatnie 12 miesięcy	(2,9)	N/D
Skorygowana EBITDA za ostatnie 12 mieś.	2 540,1	2 152,7
Kredyty i pożyczki wyceniane wg zamortyzowanego kosztu	6 067,5	6 453,5
Zobowiązania z tytułu leasingu	617,6	690,2
Środki pieniężne	(2 049,1)	(877,6)
Zadłużenie netto	4 635,9	6 266,1
Dźwignia finansowa	1,83 x	2,91 x
Kapitał własny	9 043,3	8 981,3
Wskaźnik zadłużenia netto do kapitału własnego	51,3%	69,8%

Na dzień 31 grudnia 2023 r. łączne zadłużenie Grupy z tytułu kredytów i pożyczek wynosiło 6 067,5 mln PLN, na co składa się kapitał w wysokości 6 257,5 mln PLN oraz naliczone odsetki, które zostały następnie skorygowane w celu ich prezentacji według zamortyzowanego kosztu.

Na dzień 31 grudnia 2023 r. termin spłaty całego zadłużenia brutto Grupy przypada na październik 2027 r., po dokonanej w listopadzie 2023 r. przez Grupę zmianie i przedłużeniu terminu spłaty wszystkich kredytów w ramach Umowy Kredytów Nadrzędnych („SFA”) o 24 miesiące.

Przedłużona umowa SFA obejmuje następujące umowy finansowania:

- zabezpieczony nadrzędny Kredyt Terminowy B w kwocie 5 257,5 mln PLN;
- wielowalutowy kredyt odnawialny („RCF”) w kwocie 500 mln PLN,
- Kredyt Dodatkowy w kwocie 1 000,0 mln PLN, który został zaciągnięty w celu sfinansowania przejęcia Grupy Mall / WE|DO oraz
- Dodatkowy kredyt RCF w kwocie 500,0 mln PLN.

Na dzień 31 grudnia 2023 r. łączna kwota kapitału zadłużenia z tytułu przedłużonej umowy SFA wynosi 6 257,5 mln PLN i obejmuje następujące pozycje:

- Kredyt Terminowy B: 5 257,5 mln PLN;
- Kredyt dodatkowy: 1 000,0 mln PLN.

Na dzień 31 grudnia 2023 r. oraz na dzień sporządzenia niniejszego raportu oba kredyty odnawialne w wysokości 500 mln PLN każdy pozostawały niewykorzystane.

Przez cały 2023 r. wskaźnik dźwigni finansowej Grupy kontynuował spadek wraz ze wzrostem EBITDA za ostatnie 12 miesięcy dla działalności w Polsce i zmniejszył się z 2,91x na koniec grudnia 2022 r. do 1,83x na koniec grudnia 2023 r. Zmniejszenie wskaźnika dźwigni finansowej zostało wzmocnione przez poprawę przepływów pieniężnych dzięki udanym inicjatywom w zakresie rentowności w Pol-

sce (monetyzacja i optymalizacja kosztów), ścisłą kontrolę i optymalizację nakładów inwestycyjnych, rozszerzenie zakresu sprzedaży pożyczek Allegro Pay do Aion Banku o pożyczki BNPL od IV kwartału 2022 r. Na wzrost sald środków pieniężnych wpłynęło również wprowadzenie nowych zasad rozliczania opłat pobieranych od sprzedawców, umożliwiających potrącanie opłat należnych Allegro z wpływów brutto z transakcji płatnych na rzecz sprzedawcy. Zmiany te są wprowadzane stopniowo od III kwartału 2023 r. i mają zostać zakończone w 2024 r. Nowe zasady spowodowały zmniejszenie należności handlowych o 345 mln PLN w 2023 roku.



3.

Podsumowanie najważniejszych wydarzeń

Grupa jest zdania, że opisane poniżej wydarzenia mają istotne znaczenie dla jej działalności w 2023 r. i w kolejnych latach.

3.1. Uruchomienie allegro.cz

9 maja 2023 r. Grupa uruchomiła allegro.cz, platformę e-commerce w pełni dostosowaną do rynku czeskiego, wyznaczając nowy etap w ekspansji platformy i jej partnerów w regionie. Uruchamiając platformę allegro.cz, Grupa rozszerzyła swój docelowy rynek adresowalny do prawie 50 milionów osób.

Nowa platforma działa w oparciu o zasadę „wystaw raz, sprzedawaj wszędzie”. Oznacza to, że sprzedający zarejestrowany na allegro.pl nie musi rejestrować się w nowej domenie. Uruchomienie allegro.cz to – kolejny po przejęciu Grupy MALL i WE|DO – krok i ambicjach Grupy, by stać się wiodącą platformą e-commerce w regionie Europy Środkowo-Wschodniej. Od czasu miękkiemu uruchomienia platformy na początku maja Grupa stopniowo zwiększała inwestycje marketingowe, w tym w płatny ruch i bezpłatną dostawę dla użytkowników testujących program Smart!

Po udanym miękkiemu uruchomieniu czeskiej platformy handlowej, 31 lipca 2023 r. Grupa przeszła do twardego uruchomienia platformy, z szeroką kampanią marketingową ATL (Above The Line, tj. z wykorzystaniem środków masowego przekazu). Kampania „Większy, Większy”, podkreślająca przewagę w zakresie asortymentu, przyniosła obiecujące wczesne wyniki, szybko zwiększając świadomość marki Allegro i ruch na stronie. Allegro.cz z sukcesem przeprowadziło pierwszą akcję promocyjną w ramach Dni Allegro, a następnie pierwszą kampanię w ramach Black Week i świątecznego szczytu zakupowego, opracowując podręcznik postępowania na potrzeby kolejnych startów w innych krajach.

Wyniki Allegro.cz są raportowane w nowym segmencie operacyjnym: Allegro International, który w odpowiednim czasie obejmie również wszystkie kolejne uruchomienia nowych platform handlowych Allegro poza Polską. Komentarz dotyczący wyników finansowych i operacyjnych przedstawiono w punktach 2.1 i 2.2.2.2.

3.2. Allegro Pay

W 2023 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 dogodne 2, 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 na poziomie powyżej 90.

Dynamiczne przyspieszenie wzrostu Allegro Pay przełożyło się na silne przyspieszenie wzrostu wartości GMV sfinansowanej w ciągu roku, która wzrosła o 49,1% do 6,7 mld PLN w 2023 r. w porównaniu do 4,5 mld PLN w 2022 r. Saldo pożyczek na koniec roku wzrosło tylko nieznacznie o 36,4 mln PLN do 403,3 mln PLN (bez należności sprzedanych do Aion w roku obrotowym 2023) z 366,9 mln PLN na koniec poprzedniego roku. Było to możliwe dzięki rozszerzeniu współpracy z Aion o pożyczki BNPL oraz pożyczki ratalne w ramach programu skupu wiarytelności bez regresu.

Przez cały rok 2023 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”). W dniu 30 czerwca 2023 r. spółki Allegro Pay sp. z o.o., Allegro sp. z o.o., Aion Bank oraz Vodeno sp. z o.o. („Vodeno”), spółka należąca do tej samej grupy kapitałowej co AION, zawarły umowę o współpracy („Umowa o współpracy”). Umowa o współpracy określała zasady współpracy w zakresie niektórych produktów bankowych opartych na modelu Banking-as-a-Service. Na mocy Umowy o współpracy AION będzie świadczyć określone usługi bankowe, w tym prowadzenie rachunków płatniczych i oszczędnościowych („Rachunki bankowe”) dla klientów dokonujących zakupów na platformie Allegro oraz udostępni techniczne funkcjonalności platformy za pośrednictwem API, które będzie obsługiwane przez Vodeno, jako podwykonawcę AION. Allegro Pay będzie pełnił rolę dostawcy usług outsourcingowych AION w zakresie: (i) wsparcia klientów w procesie onboardingu, (ii) zapewnienia wsparcia klientów w związku z usługami bankowymi oraz (iii) zapewnienia procesu onboardingu i zarządzania Rachunkami bankowymi za pośrednictwem platformy Allegro. Allegro Pay będzie dostarczać funkcjonalności platformy Allegro za pośrednictwem Allegro, jako podwykonawcy Allegro Pay. Umowa o współpracy została zawarta na okres 5 lat z możliwością jej przedłużenia i zawiera postanowienia dotyczące wyłączności i zakazu konkurencji.

3.3. Dalszy rozwój sieci automatów paczkowych One by Allegro i innych możliwości logistycznych

Przez cały rok 2023 Grupa kontynuowała rozwój swojej marki logistycznej „One by Allegro”, która obejmuje obecnie zielone automaty paczkowe „One Box”, usługę „One Fulfilment” dla sprzedawców, punkty odbioru „One Punkt” oraz usługi kurierskie „One Kurier”, podkreślające innowacyjne podejście Grupy do realizacji szybkich i odpowiedzialnych dostaw.

One Fulfilment 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 Fulfilment jest już szeroko dostępna dla sprzedawców, w tym sprzedawców międzynarodowych, dla których oferta ta jest szczególnie atrakcyjna, ponieważ może znacznie skrócić czas dostawy i zaferować konkurencyjne warunki dostawy. Usługi Fulfilment są uzupełnieniem metod dystrybucji Allegro opartych przede wszystkim na realizacji zamówień przez sprzedających, który pozostaje priorytetem dla Allegro.

W 2023 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 2023 roku rozrosła się do ponad 3 500 najnowocześniejszych, ekologicznych i przyjaznych społecznie skrytek Allegro w całym kraju. Jednocześnie w 2023 r. znacznie wzrosła możliwość realizacji zamówień przez sprzedawców za pośrednictwem One Box. W rezultacie konsumenci, którzy mieszkają w pobliżu One Box, mogą teraz wybrać dostawę do automatu paczkowego One Box w przypadku zdecydowanej większości zakupów na Allegro. 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 2 200 punktów odbioru One Punkt by Allegro. Sieć funkcjonująca pod marką Allegro ma na celu zapewnienie kupującym i sprzedającym szybszych i wygodniejszych opcji dostawy. 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. Dalsze skracanie czasu dostawy i zwiększanie wygody pozostają centralnym elementem strategii Allegro w zakresie doświadczeń związanych z dostawami.

Przez cały 2023 r. Grupa kontynuowała rozwój One Kurier, czyli własnej firmy kurierskiej Allegro, stanowiącej uzupełnienie usług fulfillment i automatów paczkowych w zakresie szybszych dostaw, np. dostaw tego samego i następnego dnia do One Box i One Punkt oraz rozszerzając swoją działalność na ponad 25 największych polskich miast. One Kurier daje Grupie możliwość realizacji dostaw tego samego dnia oraz świadczenia usług odbioru i dystrybucji.

Oprócz możliwości w zakresie dostaw rozwijanych pod marką „Allegro One”, w drugiej połowie roku Grupa uruchomiła również metodę dostaw „Allegro International” z Polski do Czech, współpracując z InPost jako przewoźnikiem pierwszej mili oraz WE|DO, należącym do Allegro przewoźnikiem ostatniej mili. Metoda dostawy transgranicznej „Allegro International” spotkała się z pozytywnym przyjęciem wśród sprzedawców i klientów, wydłużając średnio tylko o jeden dzień roboczy średni czas dostawy Allegro w Polsce i pozwalając na znaczne oszczędności kosztów jednostkowych na paczkę w porównaniu ze zwykłymi kosztami dostawy transgranicznej.

3.4. Finansowanie

6 listopada 2023 r. Grupa dokonała przedłużenia terminu zapadalności wszystkich kredytów w ramach Umowy Kredytów Nadrzędnych („SFA”) w zakresie łącznej kwoty kapitału wynoszącej 7 257 500 000 PLN w terminie 24 miesięcy do dnia 14 października 2027 r. i jednocześnie dokonała przedterminowej spłaty/zmniejszenia w kwocie 242 500 000 PLN. Pierwotny termin spłaty kredytów w ramach umowy SDA przypadał na październik 2025 r.

Przedłużona umowa SFA obejmowała pierwotnie następujące umowy finansowania:

- i) kredyt terminowy w kwocie 5 257 500 000 PLN („Kredyt Terminowy B”),
- ii) wielowalutowy kredyt odnawialny w kwocie 500 000 000 PLN (Revolving Credit Facility, „RCF”),
- iii) Kredyt Dodatkowy w kwocie 1 000 000 000 PLN (patrz raport bieżący nr 20/2021, 24/2022 i nr 35/2022) oraz
- iv) Dodatkowy Kredyt RCF w kwocie 500 000 000 PLN (patrz raport bieżący nr 7/2022).

Po wprowadzeniu tych zmian, łączne zadłużenie z tytułu Przedłużonej umowy SFA na koniec 2023 r. wynosiło 6 257 500 000 PLN i obejmowało następujące pozycje: (i) Kredyt Terminowy B: 5 257 500 000 PLN, (ii) Kredyt dodatkowy: 1 000 000 000 PLN.

Podstawą do przedłużenia terminu zapadalności kredytów jest zapewnienie na korzystnych warunkach dostatecznej płynności z przeznaczeniem na ogólne cele korporacyjne, aby umożliwić Spółce skupienie się na budowaniu przyszłego wzrostu. Pozostałe warunki SFA pozostają niezmienione. Po przedłużeniu terminu spłaty zadłużenia, termin spłaty całego zadłużenia brutto Grupy przypada na październik 2027 roku.

3.5. Wyniki testu na utratę wartości aktywów niektórych podmiotów prawnych należących do Mall Group a.s.

Przeprowadzając coroczny test na utratę wartości firmy, Spółka zauważyła, że szacowana łączna wartość godziwa, pomniejszona o koszty doprowadzenia do sprzedaży, wszystkich ośrodków wypracowujących środki pieniężne, które składają się na działalność międzynarodową Allegro, wzrosła w porównaniu z analogicznym testem przeprowadzonym w 2022 roku. Wzrost wyceny wynika jednak głównie z uruchomienia w maju 2023 r. ośrodka wypracowującego środki pieniężne w postaci platformy handlowej Allegro.cz (segment Allegro International). Z kolei ośrodki wypracowujące środki pieniężne Mall North (Czechy, Słowacja i Węgry) i CZC (części Segmentu Mall) nie osiągają wyników zgodnych z wcześniejszymi prognozami i Kierownictwo stwierdziło, że pozostała wartość firmy przypisana do Segmentu Mall oraz większość wartości niematerialnych i prawnych (co do których nie oczekuje się, że przyczynią się do sukcesu międzynarodowej platformy Allegro) przypisanych do tych dwóch ośrodków wypracowujących środki pieniężne powinna zostać objęta odpisem aktualizującym.

Test na utratę wartości został przeprowadzony zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości i obejmował porównanie prognozy finansowej określającej szacunkową wartość księgową każdego ośrodka wypracowującego środki pieniężne (CGU),

pomniejszoną o koszty doprowadzenia do sprzedaży, na dzień 31 grudnia 2023 r. Odpis z tytułu utraty wartości został przypisany proporcjonalnie do wartości niematerialnych (głównie relacji z klientami, znaku towarowego, domen i oprogramowania) i jest prezentowany w Skonsolidowanym sprawozdaniu z całkowitych dochodów za rok zakończony 31 grudnia 2023 r. w pozycji kosztowej „Odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych” oraz odpowiednio „Podatek dochodowy”.

Utrata wartości zmniejszyła dochód netto Grupy w IV kwartale 2023 roku. Nie miała natomiast wpływu na zysk przed uwzględnieniem odsetek, opodatkowania, amortyzacji i odpisów aktualizujących z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych („EBITDA”). Nie wpłynęła również na generowanie przepływów pieniężnych przez Grupę. To zdarzenie księgowe nie miało żadnego wpływu na stabilność działalności Allegro, ani na priorytety biznesowe Grupy, w tym na działalność platformy handlowej 3P Allegro w Czechach i nadchodzące uruchomienia na innych rynkach obsługiwanych przez Mall.

Ostateczna wartość odpisu aktualizującego została zaprezentowana w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Spółki za rok 2023, które zostało zbadane przez biegłego rewidenta.

3.6. Powołanie dwóch nowych niezależnych dyrektorów niewykonawczych

W dniu 12 maja 2023 r. Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki powołało Catherine Faiers i Tomasza Suchańskiego na stanowiska niezależnych dyrektorów Spółki na okres trzech lat ze skutkiem od dnia 12 maja 2023 r. z doświadczeniem na stanowiskach kierowniczych związanych ze sprzedażą, marketingiem, produktem, technologią, finansami i operacjami, Catherine Faiers jest wysoko cenioną

liderką e-commerce. Tomasz Suchański jest prezesem Grupy Żabka, lidera modelu convenience w Europie Środkowo-Wschodniej. Rada uważa, że powołanie Catherine Faiers i Tomasza Suchańskiego na niezależnych Dyrektorów leży w najlepszym interesie Spółki, będąc krokiem w kierunku ogłoszonego celu, aby większość członków Rady była niezależna najpóźniej do dnia 1 września 2026 r.

3.7. Ogłoszenie zamiaru rezygnacji przez dwóch członków Rady Dyrektorów: Przewodniczącego Rady i Przewodniczącej Komitetu Audytu

W dniu 4 października 2023 r. Pan Darren Huston poinformował o swoim zamiarze przekazania w najbliższych miesiącach funkcji Przewodniczącego (Chairman) oraz Dyrektora (Director) Spółki następcy. Darren jest związany ze Spółką od siedmiu lat i nadal wypełnia obowiązki związane z zajmowanym przez niego stanowiskiem do czasu wyłonienia jego następcy oraz płynnego przekazania mu pełnienia obowiązków.

W dniu 7 listopada 2023 r. pani Clara (dit Carla) Smits-Nusteling poinformowała o swoim zamiarze przekazania funkcji Przewodniczącej Komitetu Audytu oraz Członka Rady Dyrektorów Spółki swojemu następcy. Carla zamierza pozostać Przewodniczącą Komitetu Audytu i Dyrektorem Niewykonawczą do czasu Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia w 2024 r., aby dopełnić nadzór nad roczną sprawozdawczością finansową Spółki za rok 2023. Carla wypełnia również nadal swoje obowiązki związane z zajmowanym przez nią stanowiskiem do czasu powołania przez Radę nowego Przewodniczącego Komitetu Audytu oraz płynnego przekazania pełnionych obowiązków.

3.8. Rezygnacja dwóch członków Zarządu Allegro Sp. z o.o. i powołanie nowego członka Zarządu Allegro Sp. z o.o.

W dniu 12 września 2023 r. pan Alvis Favara złożył rezygnację ze stanowiska członka zarządu Allegro sp. z o.o., spółki pośrednio zależnej, będącej w pełni własnością Spółki oraz innych pozycji sprawowanych w grupie Spółki ze skutkiem natychmiastowym. Alvis Favara pozostanie dostępny do 31 marca 2024 r. dla zapewnienia płynnego przekazania funkcji swojemu następcy na stanowisku Chief Commercial Officer (CCO), panu Matthiasowi Frechenowi, który został mianowany we wrześniu 2023 r. na stanowisko CCO, podlegającemu CEO Grupy, Royowi Peticucciemu.

Technology and Product Officer. Pan Roberts pozostaje członkiem Zespołu Wykonawczego Allegro, podlegając CEO Grupy, Royowi Peticucci.

Pan Tom Ruhan został powołany na stanowisko członka Zarządu, ze skutkiem od dnia 2 kwietnia 2024 r. Tom Ruhan dołączył do Allegro w roku 2018 jako Chief Legal Officer and Corporate Affairs Director spółki Allegro sp. z o.o. oraz General Counsel Spółki, a także członek Zespołu Wykonawczego Allegro.

W dniu 29 grudnia 2023 r. pan David Roberts złożył rezygnację z funkcji członka Zarządu ze skutkiem natychmiastowym. Pan Roberts pozostanie zatrudniony w Grupie na stanowisku CTPO – Chief

Omówienie istotnych zdarzeń mających miejsce po zakończeniu okresu sprawozdawczego przedstawiono w Notach objaśniających do Skonsolidowanego sprawozdania finansowego, Nota 35 „Zdarzenia po dacie bilansowej”.

4.

Raport na temat wynagrodzeń

NAJWAŻNIEJSZE INFORMACJE DOTYCZĄCE KOMITETU WYNAGRODZEŃ, NOMINACJI I ESG W 2023 R.:

- Konsultacje z akcjonariuszami w sprawie Polityki Wynagrodzeń Dyrektorów Wykonawczych w 2023 r. przed jej zatwierdzeniem na ZWZ w 2023 r.
- Omówienie i zatwierdzenie ustaleń dotyczących wynagrodzeń dla Komitetu Wykonawczego, w tym osób dołączających, odchodzących i awansowanych
- Zatwierdzone mierniki wyników i cele dla odnośnych premii rocznych i skonsolidowanych nagród LTIP
- Stały monitoring sposobu działania firmy w odpowiedzi na wysoką inflację w otoczeniu gospodarczym oraz wpływ na wynagrodzenia kadry kierowniczej i pracowników w szerszym zakresie
- Dodanie agendy ESG do kompetencji komitetu, w tym zatwierdzanie strategii ESG i monitorowanie jej realizacji

KLUCZOWE OBSZARY ZAINTERESOWANIA KOMITETU NA PRZYSZŁY ROK:

- Kontynuacja współpracy z akcjonariuszami w zakresie polityki wynagrodzeń i ESG.
- Dalsze monitorowanie wynagrodzeń pracowników w celu zapewnienia odpowiednich podwyżek wynagrodzeń w całym Allegro, aby przyciągnąć i zatrzymać utalentowanych pracowników.
- Analiza i monitorowanie celów planu motywacyjnego, które są odpowiednio ambitne
- Ciągły nacisk na różnorodność, równość i inkluzywność w całym Allegro
- Nadzorowanie postępów Allegro w realizacji naszej strategii dotyczącej pracowników
- Dalsze zapewnianie, aby skład zarządu Allegro był ekspercki, zróżnicowany i odpowiedni do wyznaczonych celów
- Śledzenie na bieżąco europejskich zmian w zakresie ładu korporacyjnego i praktyk rynkowych

LIST OD PRZEWODNICZĄCEGO KOMITETU WYNAGRODZEŃ I NOMINACJI

Szanowni Akcjonariusze,

W imieniu Komitetu Wynagrodzeń, Nominacji i ESG mam przyjemność przedstawić Państwu Raport na temat wynagrodzeń Allegro za rok 2023.

W Allegro zdajemy sobie sprawę, że nasza polityka i praktyki w zakresie wynagrodzeń mają kluczowe znaczenie dla realizacji celów firmy. Dążymy do stworzenia ram wynagrodzeń, które odpowiadają charakterowi, złożoności, skali działalności firmy i dynamicznym wyzwaniom, które przed nią stoją, a także dokonujemy odpowiednich porównań z innymi spółkami należącymi do indeksu WIG 20 i europejskimi grupami technologicznymi. Naszym celem jest zapewnienie, aby nasza strategia wynagrodzeń wspierała realizację nadrzędnych celów spółki, a jednocześnie przyciągała, motywowała i zatrzymywała kluczowe talenty, a wszystko to w najlepszym interesie naszych interesariuszy.

Centralnym elementem naszego podejścia do wynagrodzeń jest program Allegro Incentive Plan (AIP), czyli seria długoterminowych planów motywacyjnych opartych na akcjach, mających na celu zapewnienie zgodności z interesami akcjonariuszy. W 2023 r. zakończył się inauguracyjny program AIP w formie Ekwiwalentów akcji za wyniki za okres 2021-2023. Wyniki i ocenę tego programu przedstawiamy Państwu w Raporcie.

W 2024 r. zobowiązujemy się do dalszej aktywnej oceny i udoskonalania naszej polityki wynagrodzeń, aby zapewnić jej skuteczność, konkurencyjność w przyciąganiu talentów i dostosowanie do wyników, zarówno indywidualnych, jak i całej firmy.

Cenimy sobie dialog z naszymi inwestorami, ponieważ staramy się stale ulepszać nasze praktyki w zakresie wynagrodzeń i przejrzystość naszego Raportu. Jesteśmy wdzięczni naszym akcjonariuszom za to, że w ciągu ostatnich trzech lat na naszych corocznych walnych zgromadzeniach ponad 90% z nich zatwierdziło Raport o wynagrodzeniach.

Zwracając szczególną uwagę na informacje zwrotne, dążymy do zwiększenia przejrzystości i czytelności naszych danych i ujawnianych informacji.

W tym roku kompetencje komitetu zostały rozszerzone o kwestie związane z ESG, czyli szeroko zakrojonym zagadnieniem dotyczącym zrównoważonego rozwoju, które jest integralną częścią naszej kultury i sposobu, w jaki działamy jako firma. Komitet przedstawił strategiczne zalecenia dotyczące priorytetów związanych z ESG i monitoruje realizację strategii w zakresie ESG i klimatu.

Działanie, wydajność i skuteczność komitetu są monitorowane przez cały rok, a także poddawane szczegółowej ocenie w ramach wewnętrznego procesu oceny rady dyrektorów. Wszystkie otrzymane informacje zwrotne są wykorzystywane do poprawy skuteczności działania Komitetu. Z przyjemnością potwierdzam, że Komitet nadal działa skutecznie i z radością powitałam w nim w 2023 r. dwóch nowych członków rady dyrektorów, Catherine Faiers i Tomasza Suchańskiego.

Jestem wdzięczna za Państwa nieustające wsparcie i zaufanie. Z niecierpliwością czekam na możliwość rozmowy z wieloma z Państwa podczas naszego nadchodzącego ZWZ w zercwcu lub w ramach spotkań 1-2-1, które można zorganizować za pośrednictwem sekretariatu spółki.

Z poważaniem,
Nancy Cruickshank
Niezależny Dyrektor
Niewykonawczy



Niniejsza część Raportu stanowi Raport na temat wynagrodzeń Allegro.eu w odniesieniu do roku obrotowego zakończonego w dniu 31 grudnia 2023 r., który został przygotowany przez Komitet Wynagrodzeń i Nominacji Spółki i przyjęty przez Radę Dyrektorów w dniu 12 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. 7ter Ustawy.

Przyjęcie i zatwierdzenie Raportu Wynagrodzeń przygotowanego przez Komitet Wynagrodzeń i Nominacji Spółki stanowiło odrębny punkt porządku obrad Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy Spółki. Raporty na temat wynagrodzeń za rok 2022 i lata poprzednie zostały zatwierdzone przez Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy Spółki, które odbyło się odpowiednio w dniach 17 czerwca 2021 r., 22 czerwca 2022 r. i 12 maja 2023 r. Poniższa tabela przedstawia wyniki głosowania ZWZ nad raportem rocznym dotyczącym wynagrodzeń dyrektorów.

ZWZ	2021		2022		2023	
	Liczba akcji, z których oddano ważne głosy	Odpowiadający udział w kapitale zakładowym	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%	734 258 174	69,48%
	Liczba	% oddanych głosów	Liczba	% oddanych głosów	Liczba	% oddanych głosów
Głosy za	688 297 019	91,13%	675 384 842	95,77%	670 601 209	91,33%
Głosy przeciw	66 972 130	8,87%	29 824 101	4,23%	63 656 965	8,67%
Wstrzymujący się	—	0,00%	—	0,00%	4 674 020	—
Suma oddanych głosów	755 269 149		705 208 943		734 258 174	

Tabela przedstawia skorygowane dane dotyczące wyników głosowania na ZWZ w 2022 r. (błąd administracyjny w raportowaniu Liczby akcji, z których oddano ważne głosy i odpowiadającego im udziału w kapitale zakładowym).

Od 2021 r. regularnie współpracujemy z agencjami pełnomocników i (usuwamy mniejszościowych) akcjonariuszy, aby zbierać bieżące informacje i stale szukamy sposobów na ulepszenie naszej polityki i ujawnianych informacji. Podczas ZWZ w latach 2021-2023 Raporty na temat wynagrodzeń otrzymały co roku ponad 90% głosów poparcia.

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 w celu doprecyzowania szczegółowych zasad i definicji planu AIP. Planuje się, że polityka wynagrodzeń zostanie zaktualizowana podczas ZWZ w 2024 roku.

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. Uwzględni 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

Celem Polityki wynagrodzeń jest pozyskiwanie, motywowanie oraz zatrzymywanie Dyrektorów, którzy posiadają najwyższy poziom kompetencji i doświadczenia. Wynagrodzenie Dyrektorów 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 uwzględni opinię niezależnego doradcy w zakresie wynagrodzeń Dyrektorów Wykonawczych. Podobnie jak w roku poprzednim, doradcą w 2023 roku zostało 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 na bazie dwóch grup porównawczych:

- W skład Grupy porównawczej nr 1 wchodzi 13 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, znajdując się w drugim kwartyle pod względem kapitalizacji rynkowej. Wybór tej grupy porównawczej uwzględnia kluczowy zakres i miejsce prowadzenia działalności przez Grupę i bierze pod uwagę lokalną praktykę rynkową w zakresie stanowisk Dyrektorów.
- 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. Ta grupa spółek została wybrana ze względu na symetrię branży (i powiązanych talentów) z Allegro, a także zapewnienie, aby spółki miały porównywalną wielkość EV oraz wskaźniki finansowe dotyczące przychodów i zysków oraz tempo wzrostu w stosunku do Allegro. 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.

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

Pakiet wynagrodzeń wraz ze wszystkimi jego składnikami (stałymi i zmiennymi), które otrzymują Dyrektorzy Wykonawczy, jest bezpośrednim wynikiem powyższej analizy. Dyrektorzy Wykonawczy 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 obejmuje następujące elementy:

4.3.1. WYNAGRODZENIE STAŁE

Dyrektorzy Wykonawczy 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 pełni funkcję 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 podstawowe 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. Komitet Wynagrodzeń i Nominacji Spółki zatwierdza wszystkie składniki wynagrodzenia Dyrektorów i Menedżerów wyższego szczebla niezależnie od rodzaju umowy lub podmiotu. Wysokość wynagrodzenia zasadniczego podlega corocznemu przeglądowi ze skutkiem od 1 kwietnia i jest porównywana z benchmarkami rynkowymi, aby zapewnić Grupie stałą konkurencyjność.

Dyrektorom Wykonawczym 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 ubezpieczenie od wszelkich szkód wynikających z roszczeń z tytułu odpowiedzialności członków organów spółki notowanej na giełdzie (ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej członków organów spółki). Spółka nie zapewnia żadnych programów emerytalnych poza tymi, które są wymagane przez lokalne prawo pracy. Jeśli chodzi o ewentualne odejście z pracy, przepisy dotyczące odpraw, takie jak okres wypowiedzenia, są określane zgodnie ze stosowaną praktyką.

4.3.2. WYNAGRODZENIE ZMIENNE KRÓTKOTERMINOWE

Oprócz wynagrodzenia zasadniczego Dyrektorzy Wykonawczy 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 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 2023 wynosiła ona 75% dla wszystkich Dyrektorów Wykonawczych, 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 2023 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, zgodnie z The Allegro Way (ramy pożądaných zachowań),
- wszelkich innych celów, które mogą być każdorazowo wyznaczane przez Komitet.

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

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

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 2023 wszyscy Dyrektorzy Wykonawczy 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 2023. 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 trzech kluczowych wskaźników efektywności (KPI):</p> <ul style="list-style-type: none"> Skorygowana EBITDA Grupy – waga 50%, gdzie wynik na poziomie 100% = roczny budżet GMV Grupy – waga 25%, gdzie wynik na poziomie 100% = roczny budżet GMV międzynarodowe (nie PL) – waga 25%, gdzie wynik na poziomie 100% = roczny budżet
Wypłata minimalna/maksymalna (górnym limit) jako procent wynagrodzenia zasadniczego	<p>Min. = 0%; 100% = roczny budżet</p> <p>Maks. = górny limit na poziomie 150% dla Skorygowanej EBITDA Grupy i na poziomie 200% dla GMV Grupy i GMV międzynarodowego (nie PL)</p>
Próg naliczenia premii	realizacja kryteriów wynikowych spółki na poziomie 87,5%, oddzielnie dla każdego KPI, z wyłączeniem GMV międzynarodowego, dla którego próg wynosi 75%
Zwiększanie puli premiowej	<p>Linioowo (8% premii za 1% realizacji celu powyżej progu naliczenia premii, kontynuacja po przekroczeniu celu naliczenia premii aż do osiągnięcia obowiązującego limitu).</p> <p>Każdy wskaźnik KPI jest analizowany oddzielnie z uwzględnieniem celów. Jeśli cel zostanie osiągnięty na poziomie co najmniej 87,5% lub 75% (w przypadku GMV międzynarodowego), KPI jest traktowany jako osiągnięty i dla danego KPI obliczana jest jego realizacja. Następnie następuje obliczenie. 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 wskaźników.</p> <p>Przykład:</p> <p>Skorygowana EBITDA Grupy: cel 100; wykonanie 90; realizacja 90%; próg premii został osiągnięty – powyżej 87,5%.</p> <p>Obliczanie puli premii na podstawie wskaźnika Skorygowanej EBITDA Grupy: $8\% \times (90\% - 87,5\%) \times 50\% = 10\%$</p> <p>GMV Grupy: cel 100; wykonanie 99; realizacja 99%; próg premii został osiągnięty – powyżej 87,5%.</p> <p>Obliczanie puli premii na podstawie wskaźnika GMV Grupy: $8\% \times (99\% - 87,5\%) \times 25\% = 23\%$</p> <p>GMV międzynarodowy (nie PL): cel 100; wykonanie 110; realizacja 110%; próg premii został osiągnięty – powyżej 87,5%.</p> <p>Obliczanie puli premii na podstawie wskaźnika GMV międzynarodowego (nie PL): $8\% \times (110\% - 87,5\%) \times 25\% = 45\%$</p> <p>Przyznana pula premii: 10% + 23% + 45% = 78%</p>
Częstotliwość wypłat	Corocznie po potwierdzeniu wyników rocznych

Cele dotyczące wyników oraz rzeczywiste wyniki dla celów obliczania premii krótkoterminowych za 2023 r. mające zastosowanie do pracowników Allegro, w tym Dyrektorów Wykonawczych Spółki, przedstawiono w poniższych tabelach.

ROK OBROTOWY 2023

Allegro	Waga	Cel (w mln PLN)	Wykonanie (w mln PLN)	Cel vs rzeczywista realizacja wyników	Podstawa do obliczenia puli premii	Wskaźnik Wyników Spółki
Skorygowana EBITDA Grupy	50%	2 417,0	2 540,1	105,1%	140,7%	70,4%
GMV Grupy	25%	61 625,4	58 373,3	94,7%	57,8%	14,4%
GMV międzynarodowe	25%	4 846,0	3 605,6	74,4%	0%	0%
						84,8%

4.3.3. WYNAGRODZENIE ZMIENNE DŁUGOTERMINOWE

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 Kierownictwo oraz podejmowanie decyzji o wysokości premii dla Dyrektorów Wykonawczych.

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) 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) Grupy według uznania Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji
Cele	Cele te wynoszą do 200% dla wszystkich Dyrektorów Wykonawczych. 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), pod warunkiem, że Komitet stwierdzi, że istnieją istotne okoliczności, takie jak przejście nowego podmiotu przez Grupę. Przyznanie takiej nagrody musi być uzależnione od warunków dotyczących wyników. Jako osoby nowo zatrudnione, pracownicy (w tym Dyrektorzy Wykonawczy) 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.
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: <ul style="list-style-type: none"> Przyznawanych w związku z istotnymi okolicznościami, takimi jak przejście nowego podmiotu przez Grupę; taka Nagroda Specjalna nie może przekroczyć 100% rocznego wynagrodzenia zasadniczego Dyrektorów Wykonawczych i Kluczowych Menedżerów. 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 świadceń 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 lub przekroczenia 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. Każdy 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.

Program motywacyjny Allegro Incentive Plan

Nabywanie uprawnień i wydawanie nagród	<p>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, drugą i trzecią rocznicę daty przyznania, pod warunkiem kontynuacji zatrudnienia.</p> <p>Uprawnienia do jednostek RSU przyznanych Dyrektorom Wykonawczym 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%.</p> <p>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, drugą i trzecią rocznicę daty przyznania, pod warunkiem kontynuacji zatrudnienia i osiągnięcia wyników, wymaganych do uzyskania uprawnień do jednostek PSU.</p> <p>Komitet Wynagrodzeń i Nominacji może według własnego uznania przyznawać nagrody podlegające innemu okresowi nabywania uprawnień i harmonogramowi wydawania.</p>
Zmniejszenie wysokości lub Zwrot wypłaty składnika wynagrodzenia	<p>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:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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 zmniejszenia wysokości lub zwrotu wypłaty składnika wynagrodzenia, z każdorazowymi zmianami.
Odejście z Grupy	<p>W przypadku rozwiązania stosunku pracy Uczestnika w ramach Grupy, Uczestnik zostanie zakwalifikowany jako:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „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. <p>W przypadku nagród w formie jednostek PSU:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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”: <ul style="list-style-type: none"> • 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 • 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: <ul style="list-style-type: none"> • część, do której nabyto uprawnienia, będzie obliczana przez odniesienie do liczby przepracowanych miesięcy od daty przyznania do Daty 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. <p>W przypadku nagród w formie jednostek RSU:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 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. <p>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.</p>

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. Dlatego też w Regulaminie AIP przewidziano termin zakładanego nabycia uprawnień.

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, 2022 i 2023 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.

4.3.3.1. 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 były następujące:

- przyznanie jednostek PSU na poziomie 200% (poziom maksymalny) – wartości docelowe planu 3-letniego od 3 roku okresu 2021-2023 planu wieloletniego zweryfikowanego przez radę dyrektorów w cyklu planowania roku obrotowego 2021, wyrażony jako 3-letni wskaźnik CAGR%;
- 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 planu wieloletniego Segmentu Działalności w Polsce.

Nagrody za rok 2021 są pierwszymi, które osiągnęły termin wymagalności, a wyniki zostały porównane z pierwotnymi celami, jak określono w poniższej tabeli:

Cele dotyczące PSU za 2021 r. (poziom bazowy z 2020 r., cele i progi odzwierciedlają stopę CAGR do roku obrotowego 2023)

	2020		Próg – 0%		Cel – 100%		Maks. – 200%	
	mld PLN	mld PLN	CAGR	mld PLN	CAGR	mld PLN	CAGR	
GMV	35,2	46,8	10,0%	53,5	15,0%	74,5	28,5%	
% Celu dot. GMV		87,5%		100,0%		139,4%		
Skorygowana EBITDA	1,8	2,3	10,0%	2,7	15,0%	4,3	34,8%	
% Skorygowanej EBITDA		87,5%		100,0%		160,8%		

Cele dotyczące stopy CAGR na maksymalnym poziomie 200% zostały ustalone w oparciu o plan wieloletni z następującą 3-letnią progresją:

	(Poziom bazowy)	2021	r/r %	2022	r/r %	2023	r/r %	Wzrost za okres 3 lat	Stopa CAGR za okres 3 lat
GMV	35,15	41,67	18,55%	56,18	34,83%	74,53	32,67%	39,38	28,47%
skorygowana EBITDA	1,75	2,05	17,55%	2,84	38,38%	4,28	50,50%	2,53	34,78%

Poziomy wypłat są oparte na planie 3-letnim i modelu opartym na CAGR:

- maksymalna nagroda (200%) – wartości docelowe planu 3-letniego
- cel (100%) = wartość dla CAGR = 15%
- próg (0%) = wartość dla CAGR = 10%

Wyniki w zakresie nagród powinny być szacowane na podstawie bieżącej prognozy wyników za 3 lata.

Rzeczywista stopa CAGR osiągnięta dla PSU za 2021 r. na podstawie historycznych informacji finansowych

mld PLN	(Poziom bazowy)	2021	2022	2023	Stopa CAGR za okres 3 lat	
GMV		35,15	42,60	49,39	54,77	15,93%
skorygowana EBITDA		1,75	2,07	2,31	2,96	19,11%

AIP w formie PSU za 2021 – ocena rzeczywistych wyników w zakresie CAGR w odniesieniu do Progów Celów

	Docelowa stopa CAGR za okres 2020-2023 próg 200%	Docelowa stopa CAGR za okres 2020-2023 próg 100%	Docelowa stopa CAGR za okres 2020-2023 Próg 0%	Bieżąca 3-letnia stopa CAGR 20-23	Realizacja powyżej progów 100%
GMV	28,47%	15,00%	10,00%	15,93%	0,93%
skorygowana EBITDA	34,78%	15,00%	10,00%	19,11%	4,11%

Rzeczywista realizacja dla AIP w formie PSU za 2021 w porównaniu do Celu jest interpolowana zgodnie z poniższymi obliczeniami

KPI	Wyniki	Formuła realizacji	Realizacja
GMV	>100%	$(15,93-15,0)/(28,47-15)*100+100$	106,9%
skorygowana EBITDA	>100%	$(19,11-15,0)/(34,78-15)*100+100$	120,8%
Wyniki dot. PSU			113,86%

3-letnie wskaźniki wzrostu EBITDA i GMV znajdują się pomiędzy poziomem docelowym a maksymalnym. Wynik dotyczący nagród zgodnie z tymi danymi wynosi 113,86%. Zgodnie z tym mnożnikiem liczba

jednostek przewidzianych w tabeli Allegro Incentive Plan – Dyrektorzy Wykonawczy zostanie wydana w kwietniu 2024 r. (po uzyskaniu pozytywnej rekomendacji Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji).

4.3.3.2. 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.

4.3.3.3. 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 w oparciu o zatwierdzone plany dla działalności 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. Był to program obejmujący cele finansowe na lata 2022 i 2023 związane z przejęciem Grupy Mall i WE|DO dla Dyrektorów Wykonawczych, z jednym terminem nabycia 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%). W związku z tym, że cele nie zostały osiągnięte, Nagroda Specjalna w ramach programu Allegro Incentive Plan nie podlega wypłacie.



4.3.3.4. PROGRAM MOTYWACYJNY ALLEGRO INCENTIVE PLAN – NAGRODY ZA 2023 R.

W 2023 członkom Executive Teamu została przyznana nagroda PSU w ramach programu Allegro Incentive Plan jako część pakietu nagród stawiących motywację do realizacji celów długoterminowych. Program nagród w postaci jednostek PSU na lata 2023-2025 jest 3-letnim programem o wartości docelowej wynoszącej 200%, a w przypadku Dyrektora Generalnego 300% w stosunku do rocznego wynagrodzenia zasadniczego, z jednym obliczeniem wypłaty i wydaniem akcji w kwietniu 2026 r., obejmującym cele finansowe na lata 2023-2025, ustalone na podstawie wieloletniego planu określonego w rundzie planowania w 2023 r. Komitet Wynagrodzeń i Nominacji zatwierdził warunki przyznawania jednostek PSU na lata 2023-2025 w dniu 2 marca 2023 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:

- Cel dot. GMV w PL / ocena wyników obejmuje GMV dla działalności w Polsce.
- Cel dot. Skorygowanej EBITDA w PL / wynik dla działalności w Polsce.
- Cel dot. GMV międzynarodowego / ocena wyników obejmuje GMV dla działalności międzynarodowej.

Cel dot. dźwigni dotyczy całej Grupy Allegro.

Wskaźnik CPI będzie obliczany na podstawie 3-letniej perspektywy Skorygowanej EBITDA i GMV w Polsce i działalności międzynarodowej, które są definiowane w odniesieniu do wskaźnika CAGR za okres 3 lat w latach 2023-2025 i podlegają warunkom dźwigni, które mogą ograniczyć maksymalny poziom wypłat.

Warunki dotyczące wyników dla jednostek PSU na lata 2023-2025 są oparte na następujących czynnikach, przy następujących wagach:

- 35% GMV w Polsce,
- 35% skorygowanej EBITDA w Polsce,
- 30% GMV międzynarodowego (w tym Mall (1P, 3P), uruchomienie 3P)
- Dźwignia finansowa jako 100% limitu wypłaty, jeśli limit nie zostanie osiągnięty

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 2026 r.) uczestnicy otrzymają akcje odpowiadające pierwotnej liczbie przyznanych 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.



4.3.3.5.
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, 2022 r. i 2023 r., wszystkie wycenione zgodnie z zalecaną metodyką wyceny na podstawie ostatnich notowań, zostały przedstawione w poniższych tabelach:

Informacje dotyczące roku obrotowego, którego dotyczy sprawozdanie																								
Najważniejsze warunki planów nagród w postaci akcji					Stan na początek okresu (01.01.2023)					W trakcie roku					Stan na koniec roku					Wyniki dot. PSU				
Imię i nazwisko Dyrektora	Specyfikacja planu	Okres pomiaru wyników	Data przyznania	Daty nabywania uprawnień ^[1]	Cena jednostkowa w dniu przyznania (w PLN na jednostkę)	Liczba przyznanych jednostek	Liczba jednostek, do których nabyto uprawnienia ^[5]	Liczba wydanych akcji	Liczba i wartość rynkowa przyznanych jednostek ^[2]	Liczba i wartość rynkowa jednostek, do których nabyto uprawnienia ^[6]	Liczba jednostek utraconych	Liczba i wartość rynkowa wydanych jednostek	Liczba przyznanych jednostek	Liczba jednostek, do których nabyto uprawnienia ^[6]	Liczba wydanych jednostek	Liczba jednostek podlegających warunkom dotyczącym wyników	Ocena warunków dotyczących wyników	Ostateczna liczba akcji do wydania	Daty wydania ^[4]					
Roy Perticucci	AIP-PSU	01.01.2023 – 31.12.2025	11.04.2023	11.04.2024 11.04.2025 11.04.2026	29,92	0	0	0	353,110 10,565 kPLN	0	0	0	353 110	0	0	353 110	ocena zostanie dokonana w 2026 r.	ocena zostanie dokonana w 2026 r.	11.04.2026					
	Nagroda Specjalna AIP-RSU ^[5]	n/d	03.10.2022	11.04.2023 11.04.2024 11.04.2025	25,85	330 525	0	0	0	82,631 2,521kPLN	0	82,631 2,521kPLN	0	82 631	82 631	—	—	—	—					
Jon Eastick		01.01.2021 – 31.12.2023	04.04.2021	04.04.2022 04.04.2023 04.04.2024	66,64	23 987	5 997	0	0	5,997 182kPLN	0	0	0	11 994	0	23 987	113,86%	27,312	04.04.2024					
	AIP-PSU	01.01.2022 – 31.12.2024	26.04.2022	11.04.2023 11.04.2024 11.04.2025	32,28	94 889	0	0	0	23,723 724kPLN	0	0	0	23 723	0	94 889	ocena zostanie dokonana po zamknięciu roku 2024	ocena zostanie dokonana po zamknięciu roku 2024	11.04.2025					
		01.01.2023 – 31.12.2025	11.04.2023	11.04.2024 11.04.2025 11.04.2026	29,92	0	0	0	0	117,116 3,504 kPLN	0	0	0	117 116	0	117 116	ocena zostanie dokonana po zamknięciu roku 2025	ocena zostanie dokonana po zamknięciu roku 2025	11.04.2026					
	Nagroda Specjalna AIP-RSU	01.01.2022 – 31.12.2023	06.07.2022	11.04.2024	24,12	49 752	0	0	0	0	0	0	0	0	0	49 752	0,00%	0	brak wydania					
Francois Nuyts	AIP-PSU	01.01.2021 – 31.12.2023	04.04.2021	04.04.2022 04.04.2023 04.04.2024	66,64	163 949	40 988	0	0	0	0	0	0	0	0	40 988	113,86%	46,669	04.04.2024					

Informacje dotyczące roku obrotowego, którego dotyczy sprawozdanie																								
Najważniejsze warunki planów nagród w postaci akcji					Stan na początek okresu (01.01.2023)					W trakcie roku					Stan na koniec roku					Wyniki dot. PSU				
Imię i nazwisko Dyrektora	Specyfikacja planu	Okres pomiaru wyników	Data przyznania	Daty nabywania uprawnień ^[1]	Cena jednostkowa w dniu przyznania (w PLN na jednostkę)	Liczba przyznanych jednostek	Liczba jednostek, do których nabyto uprawnienia ^[6]	Liczba wydanych akcji	Liczba przyznanych jednostek ^[2]	Liczba i wartość rynkowa ^[3] jednostek, do których nabyto uprawnienia ^[6]	Liczba jednostek utraconych	Liczba i wartość rynkowa ^[3] wydanych jednostek	Liczba przyznanych jednostek	Liczba jednostek, do których nabyto uprawnienia ^[6]	Liczba wydanych jednostek	Liczba jednostek warunkom dotyczącym wyników	Ocena warunków dotyczących wyników	Ostateczna liczba akcji do wydania	Daty wydania ^[4]					
Alvise Favara	AIP-PSU	01.01.2022 – 31.12.2024	26.04.2022	11.04.2023 11.04.2024 11.04.2025	32,28	143 614	0	0	0	35,904 1,095kPLN	71 807	0	0	35 904	0	71 807	ocena zostanie dokonana po zamknięciu roku 2024	ocena zostanie dokonana po zamknięciu roku 2024	11.04.2025					
		01.01.2023 – 31.12.2025	11.04.2023	11.04.2024 11.04.2025 11.04.2026	29,92	0	0	0	140,962 4,218 kPLN	105 721	0	140 962	0	0	35 241	ocena zostanie dokonana po zamknięciu roku 2025	ocena zostanie dokonana po zamknięciu roku 2025	11.04.2026						
	Nagroda Specjalna AIP-RSU	01.01.2022 – 31.12.2023	06.07.2022	11.04.2024	24,12	50 109	0	0	0	0	0	0	0	0	0	50 109	0,00%	0	brak wydania					
	Nagroda Specjalna AIP-RSU ^[5]	n/d	07.03.2022	04.04.2022 04.04.2023 04.04.2024	37,34	297 898	116 569	116 569	0	116,569 3,540kPLN	0	116,569 3,540 kPLN	0	233 138	233 138	—	—	—	—					
David Roberts	AIP-PSU	01.01.2022 – 31.12.2024	26.04.2022	11.04.2023 11.04.2024 11.04.2025	32,28	144 046	0	0	0	36,012 1,099kPLN	0	0	0	36 012	0	144 046	ocena zostanie dokonana po zamknięciu roku 2024	ocena zostanie dokonana po zamknięciu roku 2024	11.04.2025					
		01.01.2023 – 31.12.2025	11.04.2023	11.04.2024 11.04.2025 11.04.2026	29,92	0	0	0	206,745 6,186 kPLN	0	0	206 745	0	0	206 745	ocena zostanie dokonana po zamknięciu roku 2025	ocena zostanie dokonana po zamknięciu roku 2025	11.04.2026						
	Nagroda Specjalna AIP-RSU	01.01.2022 – 31.12.2023	06.07.2022	11.04.2024	24,12	50 109	0	0	0	0	0	0	0	0	0	50 109	0,00%	0	brak wydania					
	Nagroda Specjalna AIP-RSU ^[5]	n/d	07.03.2022	04.04.2022 04.04.2023	37,34	129 521	64 761	64 761	0	64,760 1,967kPLN	0	64,760 1,967 kPLN	0	129 520	129 520	—	—	—	—					

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 zakładowego nabycia uprawnień, co oznacza, że Dyrektor Wykonawczy lub Kluczowy Menedżer staje się teoretycznie 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] Wartość brutto akcji przyznanych w 2023 roku jest obliczana na podstawie średniej ceny akcji z 60 dni przed datą przyznania.

[3] Wartość brutto akcji, do których nabyto uprawnienia w 2023 roku, jest obliczana na podstawie ceny spot akcji w dniu nabycia uprawnień.

[4] Dla zapewnienia efektywności administracyjnej, Komitet Wynagrodzeń i Nominacji może według własnego uznania zmieniać Datę wydania w celu dostarczenia wszystkich nagród, do których uprawnienia zostały nabyte w danym miesiącu, różnym uczestnikom programu AIP w jednym dniu w tym miesiącu

[5] 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.

[6] W przypadku nagród w postaci jednostek PSU, daty nabycia uprawnień wskazane w tabeli są datami zakładowego 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.

PROGRAM MOTYWACYJNY ALLEGRO INCENTIVE PLAN
– KOSZTY PONIESIONE W 2023 ROKU OBLICZONE ZGODNIE Z MSSF 2

Imię i nazwisko Dyrektora	Najważniejsze warunki planów nagród w postaci akcji						Informacje dotyczące roku obrotowego, którego dotyczy sprawozdanie
	Specyfikacja planu	Okres pomiaru wyników	Data przyznania	Data rozpoznania ^[1]	Daty nabywania uprawnień ^[2]	Cena jednostkowa spot w dniu przyznania	Koszty poniesione w 2023 roku obliczone zgodnie z MSSF 2 (w tys. PLN)
Roy Perticucci	AIP-PSU	01.01.2023–31.12.2025	11.04.2023	11.04.2023	11.04.2024 11.04.2025 11.04.2026	30,51 PLN za jednostkę	4 604
	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	2 977
	Suma cząstkowa						7 581
Jon Eastick		01.01.2021–31.12.2023	04.04.2021	01.04.2021	04.04.2022 04.04.2023 04.04.2024	56,06 PLN za jednostkę	276
	AIP-PSU	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	-207
		01.01.2023–31.12.2025	11.04.2023	11.04.2023	11.04.2024 11.04.2025 11.04.2026	30,51 PLN za jednostkę	1 527
	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 ^[4]
	Suma cząstkowa						1 596
Alvise Favara		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	-924
	AIP-PSU	01.01.2023–31.12.2025	11.04.2023	11.04.2023	11.04.2024 11.04.2025 11.04.2026	30,51 PLN za jednostkę	1 353
	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 ^[4]
	Nagroda Specjalna AIP-RSU ^[3]	n/d	07.03.2022	04.03.2022	04.04.2022 04.04.2023 04.04.2024	26,31 PLN za jednostkę	2 999
	Suma cząstkowa						3 428

Imię i nazwisko Dyrektora	Specyfikacja planu	Okres pomiaru wyników	Najważniejsze warunki planów nagród w postaci akcji				Informacje dotyczące roku obrotowego, którego dotyczy sprawozdanie	
			Data przyznania	Data rozpoznania ^[1]	Daty nabywania uprawnień ^[2]	Cena jednostkowa spot w dniu przyznania	Koszty poniesione w 2023 roku obliczone zgodnie z MSSF 2 (w tys. PLN)	
David Roberts	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	-315	
		01.01.2023–31.12.2025	11.04.2023	11.04.2023	11.04.2024 11.04.2025 11.04.2026	30,51 PLN za jednostkę	2 696	
	AIP-PSU Special Award	01.01.2022–31.12.2023	06.07.2022	05.07.2022	11.04.2024	22,82 PLN za jednostkę	0,00 ^[4]	
	AIP-RSU Special Award ^[3]	n/d	07.03.2022	04.03.2022	04.04.2022 04.04.2023	26,31 PLN za jednostkę	1 004	
	Suma częściowa						3 385	
RAZEM							15 990	

[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 osiągną 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] Koszt w wysokości 0,00 PLN zgodnie z MSSF2 poniesiony w 2023 roku z tytułu Nagrody Specjalnej AIP-PSU wynika z faktu, że wartość progowa Warunków dotyczących wyników nie została osiągnięta.



4.3.4. ZESTAWIENIE WYNAGRODZEŃ DYREKTORÓW WYKONAWCZYCH I KLUCZOWYCH CZŁONKÓW KIEROWNICTWA WYŻSZEGO SZCZEBLA

Zestawienie wynagrodzeń Dyrektorów Niewykonawczych za lata 2023 i 2022 (w tys. PLN)

Grupa pracowników	Imię i nazwisko Dyrektora	Spółka	Stanowisko (data powołania – rezygnacji z członkostwa w Radzie Dyrektorów)	Rok	Wynagrodzenie stałe			Wynagrodzenie zmienne		Pozycja nadzwyczajna [3]		Koszty świadczeń emerytalnych	Wynagrodzenie ogółem	Udział wynagrodzenia stałego i zmiennego	
					Wynagrodzenie zasadnicze	Oplaty	Pozostałe świadczenia	Zmienne naliczone za jeden rok [1]	Zmienne za wiele lat [2]	W środkach pieniężnych	W formie akcji			Stale	Zmienne
Dyrektorzy Wykonawczy	Roy Peticucci	Allegro.eu	Dyrektor Wykonawczy (21.09.2022 –)	2023	—	217	—	—	—	—	—	—	217	100%	0%
		Allegro	CEO Grupy, MBM (01.09.2022 –)	2023	3 403	—	470	2 886	—	768	2 521	—	10 048	71%	29%
		Allegro.eu	Dyrektor Wykonawczy (21.09.2022 –)	2022	—	59	—	—	—	—	—	—	59	100%	0%
		Allegro	CEO Grupy, MBM (01.09.2022 –)	2022	1 184	—	172	805	—	196	—	—	2 357	66%	34%
	Jonathan Eastick	Allegro.eu	Dyrektor Wykonawczy (01.09.2020 –)	2023	—	217	—	—	—	—	—	—	217	100%	0%
		Allegro	CFO Grupy, MBM (01.02.2018 –)	2023	1 501	—	52	955	906	—	—	—	3 414	45%	55%
		Allegro.eu	Dyrektor Wykonawczy (01.09.2020 –)	2022	—	234	—	—	—	—	—	—	234	100%	0%
		Allegro	CFO Grupy, MBM (01.02.2018 –)	2022	1 185	—	53	564	196	—	—	—	1 998	62%	38%
	Alvise Favara	Allegro	CCO, MBM (01.03.2022 – 30.04.2024)	2023	2 038	—	286	1 296	1 095	—	3 540	—	8 255	71%	29%
		Allegro	CCO, MBM (01.03.2022 – 30.04.2024)	2022	2 115	—	242	900	—	—	3 812	—	7 069	87%	13%
	David Roberts	Allegro	CTPO, Członek Zarządu. MBM (01.03.2022 –)	2023	2 717	—	738	1 728	1 099	2 779	1 967	—	11 029	74%	26%
		Allegro	CTPO, Członek Zarządu. MBM (01.03.2022 –)	2022	2 723	—	161	1 333	—	1 833	2 118	—	8 168	84%	16%

Wynagrodzenie Roya Peticucciego i Davida Robertsa przeliczone na PLN z EUR

UWAGA

1. Powyższe informacje uwzględniają fakt, że 1 września 2022 r. Roy Peticucci 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. Oplaty 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 Peticucci 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 za 2023 r. oparte są na wartościach naliczonych, ponieważ ostateczne kwoty nagród zgodnie z zasadami krótkoterminowego wynagrodzenia zmiennego za Rok Sprawozdawczy nie zostały jeszcze ustalone i zostały wypłacone w marcu następnego roku. Kwota premii za 2022 r. to rzeczywista kwota za 2022 r. wypłacona w 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 Roku Sprawozdawczym, obliczoną na podstawie ceny spot akcji w dniu nabycia uprawnień. Akcje te nie zostały jeszcze wydane uczestnikowi, ponieważ zostaną one wydane w 2024 r. i później, zgodnie z tabelą Allegro Incentive Plan – Dyrektorzy wykonawczy i Kluczowi menedżerowie, 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 wydane 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 2023 roku zgodnie ze standardem MSSF 2 przedstawiono w tabeli w punkcie Streszczenie informacji na temat nagród PSU i RSU.

[3] 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.

Niniejszy dokument nie stanowi wiążącej wersji rocznego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu. Oficjalna wersja Sprawozdania Rocznej Grupy Allegro.eu, zawierająca roczne Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe i uzupełniające je sprawozdanie rewidenta, zawarta jest w pakiecie sprawozdawczym, który można znaleźć na stronie internetowej Allegro.eu. W przypadku rozbieżności między niniejszą wersją a pakietem sprawozdawczym wiążący jest pakiet sprawozdawczy.

4.3.5. 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.

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

- opcjami lub innymi instrumentami pochodnymi, lub jakimikolwiek innymi składnikami zmiennymi; lub

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

- wynikami Grupy.

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

Zestawienie wynagrodzeń Dyrektorów Niewykonawczych za rok 2023 (w tys. PLN ^[1])

Imię i nazwisko Dyrektora (data powołania – rezygnacji z członkostwa w Radzie Dyrektorów)	Spółka	Stanowisko	Rok	Wynagrodzenie stałe			Wynagrodzenie zmienne			Koszty świadczeń emerytalnych	Wynagrodzenie ogółem	Udział wynagrodzenia stałego i zmiennego	
				Wynagrodzenie zasadnicze	Opłaty	Pozostałe świadczenia	Zmienne za jeden rok ^[2]	Zmienne za wiele lat ^[3]	Pozycja nadzwyczajna			Stale	Zmienne
Darren Huston (12.05.2017 –)	Allegro.eu	Przewodniczący Rady Dyrektorów, Dyrektor Niewykonawczy	2023	—	1 304	—	—	—	—	—	1 304	100%	0%
			2022	—	1 406	—	—	—	—	—	1 406	100%	0%
Clara (dit Carla) Smits-Nusteling (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy	2023	—	535	—	—	—	—	—	535	100%	0%
			2022	—	577	—	—	—	—	—	577	100%	0%
David Barker ^[4] (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Dyrektor Niewykonawczy	2023	—	—	—	—	—	—	—	0	—	—
			2022	—	—	—	—	—	—	—	0	—	—
Nancy Cruickshank (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy	2023	—	478	—	—	—	—	—	478	100%	0%
			2022	—	523	—	—	—	—	—	523	100%	0%
Paweł Padusiński ^[4] (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Dyrektor Niewykonawczy	2023	—	—	—	—	—	—	—	0	—	—
			2022	—	—	—	—	—	—	—	0	—	—
Richard Sanders ^[4] (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Dyrektor Niewykonawczy	2023	—	—	—	—	—	—	—	0	—	—
			2022	—	—	—	—	—	—	—	0	—	—
Pedro Arnt (22.06.2022 –)	Allegro.eu	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy	2023	—	554 ^[5]	—	—	—	—	—	554	100%	0%
			2022	—	117	—	—	—	—	—	117	100%	0%

[1] Wynagrodzenie przeliczone na PLN z EUR

[2] Wynagrodzenie zmienne krótkoterminowe: uznaniowa premia roczna.

[3] Wynagrodzenie zmienne długoterminowe: Program Motywacyjny Allegro – Świadczenie w postaci Performace Share Units

[4] Niewykonawczym członkom Rady, którzy zostali nominowani zgodnie z art. 9 ust. 9 zdanie 2 Statutu Allegro.eu, nie wypłacono żadnych wynagrodzeń ani świadczeń w związku z nominacjami.

[5] 100 tys. EUR za 2023 r. i 27,42 tys. EUR wpłacone w 2023 r. za 2022 r.

4.4. Informacje porównawcze dotyczące wynagrodzeń i wyników Spółki

Poniższa tabela 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 2023 (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 2023 r. zgodnie z MSSF 2, tys. PLN) ^[2]
Roy Perticucci	Allegro.eu	Dyrektor Wykonawczy (21.09.2022 –)	217	
	Allegro	CEO Grupy, MBM (01.09.2022 –)	7 527	7 581
	Suma częściowa		7 745	7 581
Jonathan Eastick	Allegro.eu	Dyrektor Wykonawczy (01.09.2020 –)	217	
	Allegro	CFO Grupy, MBM (01.02.2018 –)	2 508	1 596
	Suma częściowa		2 726	1 596
Alvise Favara	Allegro	CCO. MBM (01.03.2022 –)	3 620	3 428
David Roberts	Allegro	CTPO, Członek Zarządu (01.03.2022 –)	7 963	3 385
Darren Huston (12.05.2017 –)	Allegro.eu	Przewodniczący Rady Dyrektorów, Dyrektor Niewykonawczy	1 304	0
Carla Smits-Nusteling (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy	535	0
David Barker (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Dyrektor Niewykonawczy		0
Nancy Cruickshank (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy	478	0
Paweł Padusiński (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Dyrektor Niewykonawczy		0
Richard Sanders (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Dyrektor Niewykonawczy		0
Pedro Arnt (22.06.2022 –)	Allegro.eu	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy	554	0
RAZEM			24 924	15 990

[1] Łączne wynagrodzenie w środkach pieniężnych przedstawione w powyższej tabeli zostało ujęte w pozycji Krótkoterminowe świadczenia pracownicze w Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym za rok 2023 (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 2023 (Nota 38). Obejmuje ono koszty pozycji nadzwyczajnych zgodnie z MSSF 2 oraz wynagrodzenie zmienne za wiele lat.

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 i Dyrektorami Niewykonawczymi w latach 2023, 2022, 2021 i 2020.

		2023-2022 r/r		2022-2021 r/r		2021-2020 r/r		2023 (w tys. PLN)	2022 (w tys. PLN)	2021 (w tys. PLN)	2020 (w tys. PLN)
		zmiana (w %)	zmiana (w tys. PLN)	zmiana (w %)	zmiana (w tys. PLN)	zmiana (w %)	zmiana (w tys. PLN)				
Zmiana w ujęciu rocznym											
Łączne wynagrodzenie Dyrektora (od wszystkich podmiotów prawnych)											
Roy Peticucci	CEO Grupy, MBM (01.09.2022 –). Dyrektor Wykonawczy (21.09.2022 –)	324,91%	7 849	n/d	2 416	0,0	0	10 265	2 416	0	0
Francois Nuyts	CEO Grupy, MBM (01.08.2018 – 31.08.2022). Dyrektor Wykonawczy (01.09.2020 – 31.08.2022)	(100,00%)	(8 470)	6,74%	535	-0,4	(4 620)	0	8 470	7 935	12 555
Jonathan Eastick	CFO (01.02.2018 –). Dyrektor Wykonawczy (01.09.2020 –)	60,23%	1 365	(1,39%)	(32)	(0,2)	(475)	3 631	2 266	2 298	2 773
Alvise Favara	CCO, MBM (01.03.2022 –)	13,91%	1 008	n/d	7 247	0,0	0	8 255	7 247	0	0
David Roberts	CTPO, MBM (01.03.2022 –)	34,12%	2 805	n/d	8 224	0,0	0	11 029	8 224	0	0
Darren Huston	Przewodniczący Rady Dyrektorów. Dyrektor Niewykonawczy (12.05.2017 –)	(7,27%)	(102)	2,64%	36	1,9	891	1 304	1 406	1 370	480
Clara (dit Carla) Smits-Nusteling	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy (01.09.2020 –)	(7,21%)	(42)	2,65%	15	2,1	380	535	577	562	182
David Barker	Dyrektor Niewykonawczy (01.09.2020 –)	0,00%	0	0,00%	0	0,0	0	0	0	0	0
Nancy Cruickshank	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy (01.09.2020 –)	(8,55%)	(45)	5,97%	29	2,1	333	478	523	493	160
Pedro Arnt	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy (22.06.2022 –)	372,74%	437	n/d	117	0,0	0	554	117	0	0
Paweł Padusiński	Dyrektor Niewykonawczy (01.09.2020 –)	0,00%	0	0,00%	0	0,0	0	0	0	0	0
Richard Sanders	Dyrektor Niewykonawczy (01.09.2020 –)	0,00%	0	0,00%	0	0,0	0	0	0	0	0
Daniele Arendt	Dyrektor Niewykonawczy (05.05.2017 – 12.10.2020)	0,00%	0	0,00%	0	0,0	0	0	0	0	0
Gautier Laurent	Dyrektor Niewykonawczy (05.05.2017 – 12.10.2020)	0,00%	0	0,00%	0	(1,0)	(160)	0	0	0	160
Séverine Michel	Dyrektor Niewykonawczy (05.05.2017 – 12.10.2020)	0,00%	0	0,00%	0	0,0	0	0	0	0	0
Cédric Pedoni	Dyrektor Niewykonawczy (05.05.2017 – 12.10.2020)	0,00%	0	0,00%	0	0,0	0	0	0	0	0
Gilles Willy Duroy	Dyrektor Niewykonawczy (17.10.2019 – 12.10.2020)	0,00%	0	0,00%	0	0,0	0	0	0	0	0
RAZEM		15,38%	4 807	146,84%	18 587	-0,2	-3 652	36 052	31 245	12 658	16 310
Zmiana w ujęciu rocznym											
Wyniki Spółki											
GMV (w mln PLN)		12,24%	6 044	15,93%	6 787	0,2	7 490	55 433	49 389	42 602	35 112
EBITDA – segment Allegro (w tys. PLN)		14,94%	313	9,93%	189	24,05%	369	2 405	2 092	1 903	1 534
Zmiana w ujęciu rocznym											
Średnie roczne wynagrodzenie pracowników niebędących Dyrektorami Wykonawczymi, Dyrektorami Niewykonawczymi i Kluczowymi Członkami Kierownictwa Wyższego Szczebla											
Wynagrodzenie ogółem		14,16%	21	18,82%	23	(1,04%)	-1	167	146	123	125

4.5. Różnorodność i otwartość

Spółka przywiązuje dużą wagę do kwestii równości, różnorodności i włączenia społecznego oraz promuje wartości przejrzystości i uczciwości w praktykach organizacyjnych. Chcemy promować 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 w 2020 r.), Politykę przeciwdziałania niepożądanym zjawiskom, takim jak dyskryminacja, molestowanie, mobbing i przemoc oraz Procedurę zgłaszania nieprawidłowości (wdrożoną w 2016 r.), Politykę praw człowieka oraz Politykę działalności charytatywnej, społecznej i sponsoringowej (wdrożoną w 2021 r.) wspieramy zaangażowanie Allegro w różnorodność i integrację poprzez zachowania oparte na szacunku, życzliwości, tolerancji i zasadach etyki. Wszyscy pracownicy zapoznają się z tymi zasadami w ramach procesu przyjęcia do pracy oraz poprzez regularne szkolenia. Wszystkie polityki i procedury są poddawane przeglądowi co najmniej raz w roku i w razie potrzeby aktualizowane w związku ze zmieniającym się otoczeniem, przepisami prawa i zakresem działalności Grupy.

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

- przyjęcie Kodeksu postępowania „Stay Safe / Stay Fair”,
- przyjęcie procedury zgłaszania nieprawidłowości,
- prowadzenie programów komunikacyjnych, uświadamiających i szkoleniowych promujących różnorodność,

- poszanowanie sprawiedliwości i uczciwości 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 inicjatyw z zakresu różnorodności i integracji,
- zwiększenie możliwości zmiany stanowiska wewnątrz spółki,
- przyjęcie polityki przeciwdziałania niepożądanym zjawiskom, takim jak dyskryminacja, molestowanie, mobbing i przemoc, wdrożenie Polityki różnorodności oraz podejścia Stay Fair umożliwiającego zgłaszanie wszelkich niewłaściwych 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,

4.6. Stosowanie Polityki wynagrodzeń

Wynagrodzenie wypłacane Dyrektorom i Kluczowym Menedżerom 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;
 - ustalane z uwzględnieniem bieżącej sytuacji finansowej Spółki.
- 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,
 - zatrudnienie lidera ds. różnorodności, równości i inkluzywności – osoby odpowiedzialnej za opracowanie i wdrożenie strategii różnorodności i planu działania, który wspiera realizację celów biznesowych, misji i wizji firmy,
 - zatrudnienie menedżera ds. relacji z pracownikami w celu stworzenia dodatkowego kanału komunikacji dla pracowników i przedstawicieli pracowników umożliwiającego im zgłaszanie zastrzeżeń związanych z inkluzywnością i różnorodnością, w szczególności w kontekście potencjalnego traktowania o charakterze dyskryminacyjnym.

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

5.

Oczekiwania dla Grupy

ASPIRACJE ŚREDNIOOKRESOWE

W ramach corocznego procesu planowania i budżetowania, który obejmuje kontynuację średnioterminowego planu finansowego, Kierownictwo i Rada Dyrektorów Grupy rozważyły dalszą aktualność Średniookresowych Aspiracji Grupy, które zostały pierwotnie opublikowane 30 marca 2023 r.

Zauważono, że wdrożenie ram siedmiu priorytetów Grupy dotyczących jej działalności w 2023 r. zakończyło się w dużej mierze sukcesem, a w szczególności zaowocowało znaczną poprawą marży w Polsce i zmniejszeniem wskaźnika dźwigni finansowej Grupy. Osiągnięty postęp sprawił, że średniookresowe aspiracje w odniesieniu do obu wskaźników muszą zostać zrewidowane pozytywnie.

Co więcej, poprawa sytuacji w zakresie dźwigni finansowej daje Grupie większą elastyczność finansową w zakresie dokonywania inwestycji kapitałowych w celu wsparcia przyszłego wzrostu GMV i rentowności oraz kontynuowania inwestycji w ekspansję międzynarodową. W związku z tym Kierownictwo rozszerza swoje Aspiracje Średniookresowe, aby przedstawić informacje na temat oczekiwanej alokacji kapitału z przepływów pieniężnych generowanych przez rentowną działalność operacyjną w Polsce na inwestycje kapitałowe i ekspansję międzynarodową, a także ustalić docelowy poziom dźwigni finansowej Grupy.

W związku z tym zaktualizowane Aspiracje Średniookresowe w odniesieniu do Wzrostu i Rentowności są następujące:

- Dalszy rentowny wzrost GMV w Polsce, ze szczególnym uwzględnieniem kategorii obecnie niedoważonych, w celu osiągnięcia niskiej dwucyfrowej skumulowanej stopy wzrostu (CAGR) dla GMV;
- Utrzymanie wzrostu marży skorygowanego zysku EBITDA do GMV w Polsce w przedziale 5,3-5,7%;
- Przyspieszenie wzrostu GMV Grupy poprzez wprowadzenie platformy handlowej na rynek międzynarodowy;
- Przekształcenie Segmentu Mall w efektywnego sprzedawcę na platformie handlowej, przynoszącego Grupie środki pieniężne w ciągu dwóch lat;
- Każda nowa platforma handlowa Allegro ma osiągnąć próg rentowności w ciągu trzech do czterech lat od uruchomienia.

Aspiracje średniookresowe w odniesieniu do alokacji kapitału są następujące:

- Wykorzystanie skorygowanego zysku EBITDA w Polsce na inwestycje:

- do 20% na finansowanie działalności międzynarodowej
- inwestycje w rozruch platform handlowych aż do osiągnięcia progu rentowności,
- transformacja Mall aż do osiągnięcia progu rentowności,
- inwestycje kapitałowe;
- do 20% na sfinansowanie polskich inwestycji kapitałowych w celu pobudzenia wzrostu i obniżenia kosztów dostaw;
- Docelowy wskaźnik dźwigni finansowej w postaci długu netto do skorygowanej EBITDA na poziomie 1x i utrzymanie elastyczności finansowej.

Roczna runda planowania dotyczyła nie tylko budżetowania i średniookresowych planów finansowych, ale także kwestii dalszej realizacji siedmiu priorytetów ustalonych we wrześniu 2022 r. Ze względu na w dużej mierze udaną realizację tych priorytetów, Kierownictwo stwierdziło, że należy zrezygnować z priorytetu efektywności „Fit to Grow” i przeformułować pozostałe priorytety w formie Średniookresowych Celów Biznesowych, które powinny zachować swoją aktualność przez okres kilku lat. Powyższe Cele Biznesowe stanowią wytyczne dla organizacji Allegro w zakresie ustalania priorytetów i podejmowania decyzji, które mają pomóc w zwiększaniu wyników biznesowych.

Średniookresowe cele biznesowe Grupy zostały przedstawione poniżej:

- Rozwój podstawowej platformy handlowej
 - Łatwe i bezpieczne zakupy, prosta sprzedaż
 - Rosnąca lojalność klientów
- Budowa nowych silników
 - Skuteczna reklama
 - Niskie koszty i niezawodne dostawy
 - Bezproblemowe rozwiązania fintech
- Ekspansja międzynarodowa
 - Systematyczne wprowadzanie naszej niskonakładowej platformy handlowej
 - Gruntowna poprawa sytuacji w Segmencie Mall
- Zapewnienie solidnych podstaw
 - Ogólnogrupowe procesy rozwoju architektury systemu i oprogramowania
 - Ludzie i kultura, ESG

CELE I OCZEKIWANIA NA I KWARTAŁ 2024 R:

Działalność w Polsce	Oczekiwania na 2023 r.	IV kw. 2023 r. – Wykonanie	I kw. 2024 r. – Oczekiwania
GMV	wzrost 9-11% r/r	wzrost 8,5% r/r	wzrost 9-10% r/r
Przychody	wzrost 17-20% r/r	wzrost 18,4% r/r	wzrost 18-20% r/r
Skorygowana EBITDA ^[1]	wzrost 20-23% r/r	wzrost 28,0% r/r	wzrost 28-31% r/r
Nakłady inwestycyjne ^[2]	90-100 mln PLN	94,4 mln PLN	110-120 mln PLN

Działalność międzynarodowa	Oczekiwania na 2023 r.	IV kw. 2023 r. – Wykonanie	I kw. 2024 r. – Oczekiwania
GMV	spadek 10-14% r/r	spadek 11,2% r/r	spadek 3-5% r/r
Przychody	spadek 33-38% r/r	spadek 31,8% r/r	spadek 29-32% r/r
Skorygowana EBITDA ^[1]	Strata 160-180 mln PLN	Strata 151,1 mln PLN	Strata 120-140 mln PLN
Nakłady inwestycyjne ^[2]	20-30 mln PLN	21,5 mln PLN	20-30 mln PLN

Skonsolidowane dane Grupy	Oczekiwania na 2023 r.	IV kw. 2023 r. – Wykonanie	I kw. 2024 r. – Oczekiwania
GMV	wzrost 7-9% r/r	wzrost 6,8% r/r	wzrost 8-9% r/r
Przychody	zmiana od – 2% do +2% r/r	wzrost 0,6% r/r	wzrost 4-7% r/r
Skorygowana EBITDA ^[1]	wzrost 0-6% r/r	wzrost 12,5% r/r	wzrost 21-26% r/r
Nakłady inwestycyjne ^[2]	110-130 mln PLN	120,8 mln PLN	130-150 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)

6.

Aktualne trendy sprzedażowe

DZIAŁALNOŚĆ W POLSCE

W pierwszym kwartale 2024 r. Grupa odnotowała stopniowe przyspieszenie wzrostu GMV z miesiąca na miesiąc. Od początku kwartału dynamika GMV przesunęła się z średniej jednocyfrowej do niskiej dwucyfrowej stopy wzrostu. Trend ten potwierdzają coraz lepsze dane dotyczące sprzedaży detalicznej w Polsce, które do tej pory zostały opublikowane za styczeń 2024 r., co może wynikać ze wzrostu płacy minimalnej, spadku inflacji i większych transferów, takich jak o 60% wyższe zasiłki na dzieci. Kierownictwo odnotowuje jednak również niezwykle wczesny początek wzrostu popytu w sezonie wiosennym. Ze względu na przypadające pod koniec pierwszego kwartału Święta Wielkanocne, Kierownictwo przewiduje ujemny wzrost r/r w ostatnich dniach kwartału i uwzględniło to w swoich prognozach na pierwszy kwartał.

DZIAŁALNOŚĆ MIĘDZYNARODOWA

W pierwszym kwartale 2024 r. zarządzanie Segmentem Mall w dalszym ciągu koncentruje się na marży i repozycjonowaniu asortymentu, aby przekształcić go w efektywnego sprzedawcę na nowych platformach handlowych Allegro. W rezultacie w pierwszych miesiącach pierwszego kwartału GMV nadal spadało o około trzydzieści pięć procent, przy czym największe spadki odnotowano w Czechach. Spadek ten odzwierciedla jednak również niekorzystny wpływ umocnienia złotego. Przy założeniu stałego kursu walutowego tempo spadku uległo zmniejszeniu w porównaniu z czwartym kwartałem 2023 roku.

Platforma handlowa Allegro.cz odnotowuje wartości GMV na poziomie znacznie wyższym niż w trzecim kwartale 2023 r. przy założeniu stałego kursu walutowego, ponieważ wciąż rośnie liczba nowych aktywnych kupujących i powtarzających się zakupów. Jednak przy braku szczytowego popytu sezonowego z IV kwartału, który był silnie wspierany przez pierwsze kampanie Black Week i kampanie związane ze świętami Bożego Narodzenia, a także przez kampanie reklamowe, oznacza to, że GMV w I kwartale 2024 r. będzie niższe niż w IV kwartale 2023 r. Co więcej, wzrost w stosunku do III kwartału 2023 r. wyrażony w PLN będzie osłabiony przez silne umocnienie złotego w stosunku do korony czeskiej o blisko 12% od końca września 2023 roku.

Po połączeniu wyników tych dwóch segmentów, które razem stanowią działalność międzynarodową Grupy, wzrost GMV wyrażony w PLN odnotował w omawianym kwartale spadek na średnim jednocyfrowym poziomie.

SKONSOLIDOWANE DANE GRUPY

W ujęciu skonsolidowanym, po uwzględnieniu niekorzystnych różnic kursowych, wzrost GMV Grupy w ujęciu r/r od początku kwartału systematycznie przyspieszał, osiągając niską, dwucyfrową dynamikę, ale czeka nas jeszcze znaczne spowolnienie obrotów ze względu na okres poprzedzający Święta Wielkanocne, które przypadają w I kwartale tego roku.

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.

NAKŁADY INWESTYCYJNE RAZEM

Informacje dotyczące łącznej kwoty nakładów inwestycyjnych ujętych w latach obrotowych 2023 i 2022 zostały zaprezentowane w części dotyczącej działalności inwestycyjnej w śródrocznym skróco-

nym skonsolidowanym sprawozdaniu z przepływów pieniężnych jako odrębna pozycja: „Nabycie rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych i prawnych”

w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	IV kw. 2023	IV kw. 2022
Skapitalizowane koszty prac rozwojowych	(359,2)	(336,3)	(81,5)	(87,1)
Pozostałe nakłady inwestycyjne	(111,3)	(385,9)	(39,2)	(70,5)
Nakłady inwestycyjne razem	(470,5)	(722,2)	(120,7)	(157,6)

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 2023	Rok obrotowy 2022	IV kw. 2023	IV kw. 2022
Koszty pracownicze – Skapitalizowane koszty prac rozwojowych	(258,2)	(206,7)	(55,1)	(53,4)
Koszty usług IT – Skapitalizowane koszty prac rozwojowych	(97,1)	(19,0)	(23,8)	(6,7)
Pozostałe koszty – Skapitalizowane koszty prac rozwojowych	(18,3)	(117,3)	(7,0)	(29,0)
Skapitalizowany koszt programu Allegro Incentive Program	14,4	6,6	4,3	1,9
Skapitalizowane koszty prac rozwojowych	(359,2)	(336,3)	(81,5)	(87,1)

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 wpływa-

jących 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)	31.12.2023	31.12.2022
(+) Kredyty i pożyczki wyceniane wg zamortyzowanego kosztu	2 540,1	2 152,7
Zobowiązania długoterminowe	6 067,5	6 453,5
Zobowiązania krótkoterminowe	6 064,8	6 451,8
(+) Zobowiązania z tytułu leasingu	2,7	1,7
Zobowiązania długoterminowe	617,6	690,2
Zobowiązania krótkoterminowe	474,5	567,7
(-) Środki pieniężne	143,1	122,5
= Zadłużenie netto	(2 049,1)	(877,6)
= Net Debt	4 635,9	6 266,1
Dźwignia finansowa (Zadłużenie netto/ Skorygowana EBITDA za ostatnie 12 mies.)	1,83 x	2,91 x

ZMIANY STANU KAPITAŁU OBROTOWEGO

Kwota każdej pozycji wpływającej na stan kapitału obrotowego za lata obrotowe 2023 r. i 2022 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 IV kwartał i rok obrotowy 2023 oraz za rok obrotowy 2022 poniżej.

w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	IV kw. 2023	IV kw. 2022
Skorygowana EBITDA	2 957,6	2 309,4	905,7	707,7
Przychody	7 951,5	6 644,9	2 397,6	2 025,0
Skorygowana EBITDA/przychody (%)	37,19%	34,75%	37,78%	34,95%

SKORYGOWANA EBITDA/GMV (%) DLA DZIAŁALNOŚCI W POLSCE

Oznacza Skorygowaną EBITDA podzieloną przez GMV. Patrz obliczenia za IV kwartał i rok obrotowy 2023 oraz za rok obrotowy 2022 poniżej.

w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	IV kw. 2023	IV kw. 2022
Skorygowana EBITDA	2,957,6	2,309,4	905,7	707,7
GMV	54 770,5	49 388,8	15 676,0	14 442,8
Skorygowana EBITDA/GMV (%)	5,40%	4,68%	5,78%	4,90%

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 IV kwartał i rok obrotowy 2023 oraz za rok obrotowy 2022.

w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	IV kw. 2023	IV kw. 2022
Przychody ze sprzedaży towarów	486,1	483,9	181,8	188,7
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	(469,8)	(468,9)	(183,0)	(171,8)
Marża brutto w modelu 1P	3,35%	3,11%	(0,68%)	8,95%

SKORYGOWANA EBITDA/PRZYCHODY (%) DLA DZIAŁALNOŚCI MIĘDZYNARODOWEJ

Oznacza Skorygowaną EBITDA podzieloną przez przychody. Patrz obliczenia za IV kwartał i rok obrotowy 2023 oraz za rok obrotowy 2022 poniżej.

w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	IV kw. 2023	IV kw. 2022
Skorygowana EBITDA	(414,6)	(156,8)	(151,1)	(39,4)
Przychody	2,334,2	2,365,8	723,5	1,060,6
Skorygowana EBITDA/przychody (%)	(17,76%)	(6,63%)	(20,88%)	(3,72%)

SKORYGOWANA EBITDA/GMV (%) DLA DZIAŁALNOŚCI MIĘDZYNARODOWEJ

Oznacza Skorygowaną EBITDA podzieloną przez GMV. Patrz obliczenia za IV kwartał i rok obrotowy 2023 oraz za rok obrotowy 2022 poniżej.

w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	IV kw. 2023	IV kw. 2022
Przychody ze sprzedaży towarów	(414,6)	(156,8)	(151,1)	(39,4)
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	3 605,7	3 106,9	1 264,1	1 424,1
Marża brutto w modelu 1P	(11,50%)	(5,05%)	(11,95%)	(2,77%)

MARŻA BRUTTO W MODELU 1P DLA DZIAŁALNOŚCI MIĘDZYNARODOWEJ

Oznacza przychody ze sprzedaży towarów pomniejszone o koszt sprzedanych towarów, podzielone przez przychody ze sprzedaży towarów. Patrz obliczenia za IV kwartał i rok obrotowy 2023 oraz za rok obrotowy 2022 poniżej.

w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	IV kw. 2023	IV kw. 2022
Przychody ze sprzedaży towarów	2 116,1	2 214,4	635,7	993,1
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	1 855,8	1 942,8	553,5	867,2
Marża brutto w modelu 1P	12,30%	12,27%	12,92%	12,67%

Niniejszy dokument nie stanowi wiążącej wersji rocznego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu. Oficjalna wersja Sprawozdania Rocznej Grupy Allegro.eu, zawierająca roczne Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe i uzupełniające je sprawozdanie rewidenta, zawarta jest w pakiecie sprawozdawczym, który można znaleźć na stronie internetowej Allegro.eu. W przypadku rozbieżności między niniejszą wersją a pakietem sprawozdawczym wiążący jest pakiet sprawozdawczy.

SKORYGOWANA EBITDA/PRZYCHODY (%) DLA SEGMENTU MALL

Oznacza Skorygowaną EBITDA podzieloną przez przychody. Patrz obliczenia za IV kwartał i rok obrotowy 2023 oraz za rok obrotowy 2022 poniżej.

w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	IV kw. 2023	IV kw. 2022
Skorygowana EBITDA	(204,6)	(156,8)	(40,7)	(39,4)
Przychody	2 325,3	2 365,8	726,4	1 060,6
Skorygowana EBITDA/przychody (%)	(8,80%)	(6,63%)	(5,61%)	(3,72%)

SKORYGOWANA EBITDA/GMV (%) DLA SEGMENTU MALL

Oznacza Skorygowaną EBITDA podzieloną przez GMV. Patrz obliczenia za IV kwartał i rok obrotowy 2023 oraz za rok obrotowy 2022 poniżej.

w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	IV kw. 2023	IV kw. 2022
Skorygowana EBITDA	(204,6)	(156,8)	(40,7)	(39,4)
GMV	3 031,1	3 106,9	911,8	1,424,1
Skorygowana EBITDA/GMV (%)	(6,75%)	(5,05%)	(4,47%)	(2,77%)

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 IV kwartał i rok obrotowy 2023 oraz za rok obrotowy 2022 poniżej.

w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	IV kw. 2023	IV kw. 2022
Przychody ze sprzedaży towarów	2 116,1	2 214,4	635,7	993,1
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	1 861,5	1 942,8	557,8	867,2
Marża brutto w modelu 1P	12,03%	12,27%	12,25%	12,67%

SKORYGOWANA EBITDA/PRZYCHODY (%) DLA SEGMENTU ALLEGRO INTERNATIONAL

Oznacza Skorygowaną EBITDA podzieloną przez przychody. Patrz obliczenia za IV kwartał i rok obrotowy 2023 oraz za rok obrotowy 2022 poniżej.

w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	IV kw. 2023	IV kw. 2022
Skorygowana EBITDA	(208,8)	n/d	(109,2)	n/d
Przychody	56,1	—	36,8	—
Skorygowana EBITDA/przychody (%)	(371,93%)	n/d	(296,42%)	n/d

SKORYGOWANA EBITDA/GMV (%) DLA SEGMENTU ALLEGRO INTERNATIONAL

Oznacza Skorygowaną EBITDA podzieloną przez GMV. Patrz obliczenia za IV kwartał i rok obrotowy 2023 oraz za rok obrotowy 2022 poniżej.

w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	IV kw. 2023	IV kw. 2022
Skorygowana EBITDA	(208,8)	n/d	(109,2)	n/d
GMV	662,2	n/d	410,6	n/d
Skorygowana EBITDA/GMV (%)	(31,53%)	n/d	(26,59%)	n/d

Załącznik 2. Podsumowanie skonsolidowanego sprawozdania z całkowitych dochodów Grupy

SKRÓCONE SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIA Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW GRUPY DLA
DZIAŁALNOŚCI W POLSCE I DZIAŁALNOŚCI MIĘDZYNARODOWEJ ZA ROK OBROTOWY 2023, ROK
OBROTOWY 2022, IV KWARTAŁ 2023 R. I IV KWARTAŁ 2022 R.

Skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów (niebadane), mln PLN	Działalność w Polsce			Działalność międzynarodowa			Wylączenia			Razem		
	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	Zmiana %	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	Zmiana %	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	Zmiana %	Rok obrotowy 2023	Rok obrotowy 2022	Zmiana %
GMV	54 770,5	49 388,8	10,9%	3 605,7	3 106,9	16,1%	(2,8)	—	N/D	58 373,4	52 495,7	11,2%
w tym 1P	584,2	574,8	1,6%	2 501,3	2 616,3	(4,4%)	(2,8)	—	N/D	3 082,7	3 191,1	(3,4%)
w tym 3P	54 186,3	48 814,0	11,0%	1 104,4	490,6	125,1%	—	—	N/D	55 290,7	49 304,6	12,1%
Przychody ze sprzedaży i pozostałe dochody operacyjne razem	7 951,5	6 644,9	19,7%	2 334,2	2 365,8	(1,3%)	(35,2)	(5,8)	507,2%	10 250,6	9 004,9	13,8%
Przychody	7 886,2	6 644,9	18,7%	2 334,2	2 365,8	(1,3%)	(35,2)	(5,8)	507,2%	10 185,3	9 004,9	13,1%
Przychody platformy handlowej	6 218,5	5 281,7	17,7%	109,0	59,1	84,5%	—	—	N/D	6 327,5	5 340,8	18,5%
Przychody z porównywarki cenowej	207,9	194,0	7,2%	—	—	N/D	—	(0,1)	(100,0%)	207,9	193,8	7,2%
Przychody z usług reklamowych	830,4	607,4	36,7%	4,6	4,9	(5,8%)	(1,6)	—	N/D	833,4	612,3	36,1%
Przychody ze sprzedaży towarów	486,1	483,9	0,4%	2 116,1	2 214,4	(4,4%)	(3,4)	(3,7)	(7,4%)	2 598,8	2 694,7	(3,6%)
Przychody z usług logistycznych	53,7	27,5	95,2%	86,9	59,7	45,5%	—	—	N/D	140,5	87,2	61,2%
Pozostałe przychody	89,6	50,4	77,8%	17,7	27,7	(36,2%)	(30,1)	(2,0)	1 430,1%	77,2	76,1	1,4%
Pozostałe dochody operacyjne	65,2	—	N/D	—	—	N/D	—	—	N/D	65,2	—	N/D
Koszty operacyjne	(5 092,2)	(4 446,1)	14,5%	(2 776,6)	(2 564,1)	8,3%	32,3	5,8	457,9%	(7 836,5)	(7 004,4)	11,9%
Koszty obsługi płatności	(139,9)	(143,7)	(2,6%)	(19,7)	(11,1)	76,8%	—	—	N/D	(159,6)	(154,8)	3,1%
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	(469,8)	(468,9)	0,2%	(1 855,8)	(1 942,8)	(4,5%)	3,4	3,6	(5,8%)	(2 322,1)	(2 408,0)	(3,6%)
Koszty dostaw netto	(2 230,6)	(1 760,5)	26,7%	(76,9)	(12,9)	497,8%	—	—	N/D	(2 307,6)	(1 773,4)	30,1%
Koszty usług marketingowych	(879,6)	(762,4)	15,4%	(355,2)	(208,7)	70,2%	3,1	—	N/D	(1 231,7)	(971,1)	26,8%
Koszty pracownicze	(824,5)	(757,2)	8,9%	(345,1)	(258,6)	33,4%	0,1	—	N/D	(1 169,5)	(1 015,8)	15,1%
Koszty usług IT	(170,6)	(152,5)	11,9%	(37,5)	(21,2)	76,7%	6,2	—	N/D	(201,9)	(173,7)	16,2%
Pozostałe koszty	(330,8)	(331,8)	(0,3%)	(85,0)	(107,7)	(21,1%)	19,5	2,1	807,2%	(396,3)	(437,3)	(9,4%)
Odpisy netto z tytułu utraty wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów z klientami	(46,4)	(65,9)	(29,7%)	(1,4)	(1,0)	33,0%	—	—	N/D	(47,7)	(67,0)	(28,7%)
Koszty transakcyjne	—	(3,2)	(100,0%)	—	—	N/D	—	—	N/D	—	(3,2)	(100,0%)
Zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją oraz odpisami z tytułu ustraty wartości niefinansowych aktywów trwałych (EBITDA)	2 859,3	2 198,8	30,0%	(442,3)	(198,3)	123,0%	(2,9)	—	N/D	2 414,1	2 000,5	20,7%

Niniejszy dokument nie stanowi wiążącej wersji rocznego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu. Oficjalna wersja Sprawozdania Rocznej Grupy Allegro.eu, zawierająca roczne Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe i uzupełniające je sprawozdanie rewidenta, zawarta jest w pakiecie sprawozdawczym, który można znaleźć na stronie internetowej Allegro.eu. W przypadku rozbieżności między niniejszą wersją a pakietem sprawozdawczym wiążący jest pakiet sprawozdawczy.

Skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów (niebadane), mln PLN	Działalność w Polsce			Działalność międzynarodowa			Wylączenia			Razem		
	IV kw. 2023	IV kw. 2022	Zmiana %	IV kw. 2023	IV kw. 2022	Zmiana %	IV kw. 2023	IV kw. 2022	Zmiana %	IV kw. 2023	IV kw. 2022	Zmiana %
GMV	15 676,0	14 442,8	8,5%	1 264,1	1 424,1	(11,2%)	—	—	N/D	16 940,1	15 866,9	6,8%
w tym 1P	221,6	228,3	(2,9%)	759,3	1 182,2	(35,8%)	—	—	N/D	980,9	1 410,5	(30,5%)
w tym 3P	15 454,4	14 214,5	8,7%	504,8	241,9	108,6%	—	—	N/D	15 959,2	14 456,4	10,4%
Przychody ze sprzedaży i pozostałe dochody operacyjne razem	2 397,6	2 025,0	18,4%	723,6	1 060,6	(31,8%)	(21,1)	(2,8)	664,3%	3 100,0	3 082,8	0,6%
Przychody	2 332,3	2 025,0	15,2%	723,6	1 060,6	(31,8%)	(21,1)	(2,8)	664,3%	3 034,7	3 082,8	(1,6%)
Przychody platformy handlowej	1 804,7	1 550,2	16,4%	42,8	29,9	43,3%	—	—	N/D	1 847,5	1 580,1	16,9%
Przychody z porównywarki cenowej	60,8	60,2	1,0%	—	—	N/D	—	—	N/D	60,8	60,2	1,0%
Przychody z usług reklamowych	260,1	198,3	31,2%	0,3	2,0	(86,0%)	0,4	—	N/D	260,8	200,3	30,2%
Przychody ze sprzedaży towarów	181,8	188,7	(3,7%)	635,7	993,1	(36,0%)	(0,3)	(1,4)	(79,6%)	817,1	1 180,3	(30,8%)
Przychody z usług logistycznych	20,3	8,8	129,7%	35,1	24,1	45,6%	1,1	—	N/D	56,4	32,9	71,3%
Pozostałe przychody	4,7	18,8	(74,8%)	9,7	11,5	(15,7%)	(22,4)	(1,3)	1 577,1%	(7,9)	29,0	(127,4%)
Pozostałe dochody operacyjne	65,2	—	N/D	—	—	N/D	—	—	N/D	65,2	—	N/D
Koszty operacyjne	(1 515,0)	(1 341,3)	13,0%	(882,6)	(1 116,3)	(20,9%)	18,3	2,8	562,6%	(2 379,3)	(2 454,7)	(3,1%)
Koszty obsługi płatności	(38,2)	(40,2)	(4,9%)	(6,8)	(4,9)	38,5%	(0,1)	—	N/D	(45,1)	(45,1)	(0,1%)
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	(183,0)	(171,8)	6,5%	(553,5)	(867,2)	(36,2%)	—	1,4	(100,0%)	(736,6)	(1 037,6)	(29,0%)
Koszty dostaw netto	(673,1)	(565,2)	19,1%	(32,6)	(6,4)	406,3%	—	—	N,A	(705,7)	(571,7)	23,4%
Koszty usług marketingowych	(279,2)	(231,2)	20,8%	(158,0)	(104,4)	51,4%	0,7	—	N/D	(436,6)	(335,5)	30,1%
Koszty pracownicze	(208,0)	(187,2)	11,1%	(81,1)	(91,0)	(10,8%)	0,1	—	N/D	(289,0)	(278,2)	3,9%
Koszty usług IT	(46,9)	(43,9)	6,8%	(10,5)	(6,3)	65,1%	2,4	—	N/D	(54,9)	(50,2)	9,4%
Pozostałe koszty	(80,6)	(84,9)	(5,0%)	(40,4)	(34,9)	15,7%	15,3	1,4	1,016,6%	(105,8)	(118,5)	(10,7%)
Odpisy netto z tytułu utraty wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów z klientami	(6,0)	(16,3)	(63,4%)	0,4	(1,0)	N/D	—	—	N/D	(5,6)	(17,4)	(68,0%)
Koszty transakcyjne	—	(0,5)	(100,0%)	—	—	N/D	—	—	N/D	—	(0,5)	(100,0%)
Zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją oraz odpisami z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych (EBITDA)	882,5	683,7	29,1%	(159,0)	(55,6)	185,8%	(2,8)	—	N/D	720,7	628,1	14,7%



allegro

III. Raport niefinansowy

Raport na temat informacji niefinansowych Allegro.eu za rok 2023 został sporządzony zgodnie z wymogami prawa unijnego (Dyrektywa 2014/95/UE, która wypełnia obowiązek określony w art. 49b i art. 55 ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz. U. z 2023 r., poz. 120), implementująca do polskiego porządku prawnego Dyrektywę (UE) 2020/852)), Wytocznymi dotyczącymi raportowania niefinansowego (2017/95/UE, Dyrektywa (UE) 2020/852), 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 Pay sp. z o.o., Allegro Finance sp. z o.o., Opennet.pl sp. z o.o., SCB Warszawa 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. (zlikwidowana 14 lipca 2023 r.), AMG Media a.s., MIMOVRSSTE, spletna trgovina d.o.o., Internet Mall d.o.o., Internet Mall Hungary Kft., m-HU Internet Kft. Z dniem 1 stycznia 2024 r. spółki zależne CZC.cz s.r.o., WE|DO s.r.o. (CZ) i AMG Media a.s. zostały połączone przez przejęcie przez siostrzaną spółkę Internet Mall a.s. Z dniem realizacji połączenia, spółka przejmująca Internet Mall a.s. zmieniła nazwę na Allegro Retail a.s.

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. 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 i Ceneo.pl są głównymi spółkami operacyjnymi Grupy w Polsce, utworzonymi zgodnie z prawem polskim. Grupa jest również operatorem eBilet, wiodącego portalu sprzedaży biletów na imprezy w Polsce. Działalność fintech Grupy w Polsce jest prowadzona za pośrednictwem innych polskich spółek zależnych: Allegro Pay i Allegro Finance.

Oprócz opisanej powyżej Działalności w Polsce, od 1 kwietnia 2022 r. do Grupy Allegro.eu należą również Grupa Mall, wiodąca platforma e-commerce w Europie Środkowej i Wschodniej, a także WE|DO, firma zajmująca się dostarczaniem przesyłek w ra-

mach „ostatniej mili”. Grupa Mall prowadzi sprzedaż detaliczną online, korzystając z trzech różnych marek w wielu segmentach 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. 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. Razem tworzą one w ramach działalności Grupy Segment Mall.

W maju 2023 r. Grupa uruchomiła swoją platformę 3P (third-party marketplace) allegro.cz w Czechach, rozpoczynając tym samym nowy etap międzynarodowej ekspansji Grupy. Wyniki działalności allegro.cz są raportowane w nowo utworzonym Segmentcie Allegro International, który wraz z Segmentem Mall obejmuje „Działalność międzynarodową” Grupy.

Działalność w Polsce stanowi trzon działalności Allegro i reprezentuje zdecydowaną większość aktywności Grupy. Allegro jest najbardziej rozpoznawalną marką e-commerce w Polsce (źródło: Gemius [1]),

ze spontaniczną świadomością marki na poziomie 86%. Na dzień 31 grudnia 2023 roku z platformy e-commerce Grupy skorzystało ponad 14,6 mln Aktywnych Kupujących, którzy mieli dostęp do ofert blisko 150 tys. sprzedawców. Jej platforma handlowa Allegro.pl przyciąga średnio 20,4 mln internautów miesięcznie, co odpowiada 64% mieszkańców Polski w wieku minimum 15 lat [2] oraz niemal 70% wszystkich użytkowników Internetu w Polsce. W grudniu 2023 roku Allegro.pl zajęło 145 miejsce w globalnym rankingu najpopularniejszych stron internetowych SimilarWeb [3]. 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 2023 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, 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 2023 roku średnio 16 mln użytkowników miesięcznie (źródło: SimilarWeb). Według stanu na grudzień 2023 r. konsumenci korzystający z usługi porównywania cen mieli dostęp do informacji dotyczących 19 mln produktów i 39 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 większa część roku 2020 i 2021 została poważnie zakłócona przez związane z COVID-19 ograniczenia w organizacji imprez publicznych, eBilet zaczął odbudowywać sprzedaż od drugiej połowy 2021 r. oraz w latach 2022-2023, a sprzedaż biletów wzrosła o 48,9% r/r i o 114,5% w porównaniu z poziomem sprzed COVID-19 w 2019 r.

Grupa obejmuje również szereg innych podmiotów w Polsce, w tym: Opennet.pl – dostawcę rozwiązań technologicznych dla logistyki, obejmujących automaty paczkowe oraz SCB Warszawa – 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.

[1] raport „E-commerce w Polsce 2023” przygotowany przez Gemius

[2] Gemius Mediapanel

[3] Źródło: Ranking SimilarWeb za 2023 r.: ranking obejmujący wszystkie branże/wszystkie typy witryn na całym świecie

Chociaż działalność w Polsce pozostała trzonem działalności Grupy, odpowiadając za prawie 94% GMV wygenerowanego w roku obrotowym 2023, przez cały rok 2023 Grupa kontynuowała realizację projektu ekspansji międzynarodowej. „Działalność międzynarodowa” Grupy w 2023 r. obejmowała wyniki „Segmentu Mall” i „Segmentu Allegro International”.

Grupa Mall, przejęta w kwietniu 2022 r., prowadzi sprzedaż detaliczną online i działa jako platforma handlowa w wielu segmentach 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. 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 nawiązał 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.

W latach 2022 i 2023 zespół programistów Allegro przygotował instancję platformy handlowej Allegro do uruchomienia w Czechach jako Allegro.cz. Korzystając z tej samej funkcjonalności i platformy technicznej, zespół musiał dokonać tłumaczenia na język czeski i zintegrować lokalne czeskie metody płatności i dostawy, aby przygotować platformę do uruchomienia. Polskim i międzynarodowym sprzedawcom sprzedającym na polskiej platformie

zaoferowano możliwość sprzedaży czeskim konsumentom w modelu „wystaw raz, sprzedawaj wszędzie”. Platforma handlowa jest również otwarta dla czeskich sprzedawców, a marki Mall i WE|DO dołączyły do grona sprzedawców, aby stworzyć dla siebie nowy kanał sprzedaży. Oprogramowanie i własność intelektualna platformy handlowej należą do Allegro w Polsce, a usługi platformy handlowej są świadczone sprzedawcom na zasadach transgranicznych.

Po udanym miękkim uruchomieniu czeskiej platformy handlowej, 31 lipca 2023 r. Grupa przeszła do twardego uruchomienia platformy, z szeroką kampanią marketingową ATL (Above The Line, tj. z wykorzystaniem środków masowego przekazu). Kampania „Większy, Większy”, podkreślająca przewagę w zakresie asortymentu, przyniosła obiecujące wczesne wyniki, szybko zwiększając świadomość marki Allegro i ruch na stronie. Allegro.cz z sukcesem przeprowadziło pierwsze kampanie w ramach Dni Allegro, a następnie pierwszą kampanię w ramach Black Week i świątecznego szczytu zakupowego w Czechach. Po zaledwie pięciu miesiącach kampanii ATL [4] „Większy, Większy”, podkreślającej przewagę asortymentu oferowanego w ramach ponad 150 milionów ofert od ponad 30 tysięcy sprzedawców w czwartym kwartale, allegro.cz osiągnęło ponad 90% wspomaganej świadomości. Do końca 2023 roku allegro.cz przyciągnęło 1,6 miliona Aktywnych Kupujących, a liczba użytkowników programu Smart! wzrosła do ponad 500 tysięcy.

29 lutego 2024 r. Grupa uruchomiła swoją platformę handlową na Słowacji. Grupa dąży do dalszego postępu w ekspansji międzynarodowej, planując uruchomienie kolejnych platform handlowych w modelu 3P w krajach CE-5. Grupa zamierza raportować całość swojej działalności związanej z platformami handlowymi prowadzonymi poza Polską w ramach segmentu Allegro International.

1.1.2 Kluczowe elementy planu średniookresowego Grupy

MISJA I WIZJA

allegro

NASZA MISJA

Upraszczamy zakupy i sprzedaż

NASZA WIZJA

Być najbardziej lubianym miejscem zakupów online w Europie

- **Bezpieczne zakupy** z najszerszym asortymentem sprawdzonych produktów w konkurencyjnych cenach
- **Najlepszy w swojej klasie Program Smart!** nagradzający zaangażowanie i lojalność klientów
- **Preferowany partner** dla Sprzedających i Marek wspierający rozwój ich działalności.
- **Łatwe w użyciu produkty fintech**, dostosowane do codziennego życia naszych klientów
- Realizacja zamówień z wykorzystaniem **szybkich, niezawodnych i atrakcyjnych cenowo** ogólnoeuropejskich rozwiązań logistycznych
- **Technologia, która jest innowacyjna i skalowalna**, dzięki czemu nieustannie zachwyca naszych klientów
- Miejsce, które umożliwia **rozwój różnorodnych talentów** i pozwala im zmieniać świat na lepsze

Dla Allegro opinie interesariuszy, w szczególności kupujących, sprzedawców i pracowników, mają kluczowe znaczenie w tworzeniu misji i wizji. Każdego dnia Allegro stara się ułatwiać procesy kupna i sprzedaży, budując tym samym lepszy, nowoczesny i odpowiedzialny świat e-commerce. Allegro oznacza prostotę i efektywność w często skomplikowanym świecie zakupów online. Misja Allegro jest jasna: uprościć

zakupy i sprzedaż. Poprzez usuwanie typowych przeszkód, Allegro dąży do zaoferowania klientom i sprzedawcom sprawnego procesu, który z czasem mogą pokochać. Kierując się wizją zdobycia pozycji najpopularniejszego miejsca do robienia zakupów online w Europie, Allegro dokłada wszelkich starań, aby każdy aspekt jego usług był godny zaufania i przyjazny dla użytkownika.

[4] "Above the line" mass media marketing campaign

Co wyróżnia Allegro:

- Klienci Allegro mają dostęp do szerokiej gamy godnych zaufania produktów w konkurencyjnych cenach. Zaangażowanie w jakość i wartość leżą u podstaw każdej transakcji, co zapewnia bezpieczne środowisko zakupów, któremu ufają nasi klienci.
 - W Allegro zaangażowanie i lojalność idą ze sobą w parze. Dzięki bezkonkurencyjnemu programowi Smart! lojalność klientów jest nagradzana wyjątkowymi korzyściami, które zwiększają komfort zakupów, a każda wizyta staje się jeszcze bardziej atrakcyjna.
 - Allegro jest idealnym partnerem dla sprzedawców i marek, które chcą się rozwijać. Zapewniamy niezawodną i pomocną platformę dla firm, aby mogły się rozwijać, wprowadzać innowacje i odnosić sukcesy na bardzo konkurencyjnym rynku.
 - Rozumiejąc, jak ważne jest bezpieczeństwo i prostota transakcji finansowych, Allegro oferuje przyjazne w użyciu produkty fintech. Rozwiązania te zostały zaprojektowane w taki sposób, aby płynnie łączyły się z codziennym życiem klientów Grupy, zapewniając wygodę bez uszczerbku dla bezpieczeństwa.
 - Wydajność nie kończy się przy kasie. Allegro zapewnia, aby każde zamówienie było dostarczane w sposób szybki i zrównoważony dzięki sprawnej, niezawodnej i efektywnej kosztowo ogólnoeuropejskiej sieci logistycznej Grupy. To zobowiązanie do doskonałości w zakresie logistyki leży u podstaw zaangażowania Allegro na rzecz klientów.
 - Technologia stosowana w Allegro nieustannie zachwyca klientów. Grupy inwestują w technologię, która jest innowacyjna i skalowalna, tworząc rozwiązania, które ewoluują wraz z potrzebami klientów i nieustannie zapewniają wygodę w codziennym życiu.
 - Allegro to nie tylko platforma handlowa; to miejsce wzrostu i możliwości. Grupa dąży do tego, aby być przestrzenią, w której różnego rodzaju talenty mają możliwość rozwoju, wnoszenia wartościowego wkładu i dokonywania znaczących zmian.
- Patrząc w przyszłość, wizja Grupy jest odważna: „Być najbardziej lubianym miejscem zakupów online w Europie”. Oznacza to stopniową ekspansję międzynarodową mającą na celu zapewnienie, aby Allegro utrzymało swoje wysokie standardy (platforma handlowa w modelu 3P z doświadczeniami użytkownika w modelu 1P), pozostało wiernie swojej misji i nieustannie dążyło do realizacji wizji, która napędza jego rozwój, nadając priorytet ekspansji do krajów, w których Allegro jest mile widziane.

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

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 technologicznym, 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, zwiększanie 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 konsumentckiego.

Grupa jest najważniejszym punktem wejścia na rynek online dla sprzedawców w Polsce, który umożliwia im dotarcie do ogromnego grona Aktywnych Kupujących, czyli 14,6 mln osób w Polsce (stan na

31 grudnia 2023 r.). Grupa obsługuje znaczącą 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 umożliwi jej oferowanie najszerszego asortymentu produktów po atrakcyjnych cenach, bez konieczności uzależniania się od poszczególnych sprzedawców. Na przestrzeni ostatnich siedmiu lat Grupa znacząco profesjonalizowała 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 500 milionów ofert w Polsce na koniec 2023 r., przy czym Grupa dąży do dalszego zwiększania liczby ofert ze względu na dalsze poszerzanie 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 KŁADZIONY 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 14,99 PLN miesięcznie po podwyżce opłaty we wrześniu 2023 r.), 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 zglądają 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.

Realizacja dostaw w Grupie opiera się na systemie „HUB”, czyli unikalnym, opartym na uczeniu maszynowym, autorskim oprogramowaniu, które umożliwia integrację platformy Allegro, szeregu dostawców usług logistycznych oraz ponad 150 tys. sprzedawców na wspólnej platformie e-commerce Grupy (stan na 31 grudnia 2023 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, a możliwości te są stale ulepszone.

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 dąży do stworzenia miejsca pracy i wzmocnienia kultury, w której różnorodne talenty mają możliwość rozwoju i dokonywania zmian na korzyść wszystkich interesariuszy. W wyniku ciągłego wprowadzania innowacji,

testowania, sprawdzania, ulepszania i podnoszenia poprzeczki w rekrutacji i zarządzaniu talentami Allegro stało się organizacją wymagającą, z silną marką pracodawcy, co w opinii Grupy owocuje wysokim poziomem lojalności i dumy pracowników, ekscytującymi możliwościami kariery, a także pozyskiwaniem najwyższej klasy specjalistów z rynku. Allegro co roku przeprowadza badanie zaangażowania, 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. Od 2023 r. Grupa przeprowadza dwa pełne badania i 1-2 mniejsze badania typu „pulse check”, w pełni zintegrowane we wszystkich spółkach Grupy od czerwca 2023 r.

Więcej informacji przedstawiono w punkcie poświęconym naszemu podejściu do kwestii środowiskowych, społecznych i ładu korporacyjnego.



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 związanymi z jej platformą w Polsce, wspieranych przez dopełniające je inicjatywy strategiczne i 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;
- poprawie jakości treści, obsługi klienta i funkcjonalności platformy handlowej poprzez zastosowanie zaawansowanych rozwiązań technologicznych, takich jak uczenie maszynowe, sztuczna inteligencja i robotyka;
- 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;
- rozszerzaniu 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 został zaprojektowany w taki sposób, aby był skalowalny i stosunkowo niedrogi. Rozpoczął się on od wdrożenia czeskiej wersji platformy handlowej allegro.cz w maju 2023 r., a następnie obejmować będzie kolejne rynki w innych krajach regionu CE-5.

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 2023 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 2, 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 91 w IV kwartale 2023.

W 2023 roku Allegro Pay osiągnęło kolejne kamienie milowe rozwoju i zrealizowało wszystkie kluczowe cele wyznaczone na rok 2023. Przez cały 2023 r. Allegro Pay kontynuowało współpracę z Aion Bankiem, w ramach której sprzedawało do Aion Banku 30-dniowe pożyczki konsumenckie typu „Kup Teraz, Zapłać Później”, jak również pożyczki ratalne o różnym okresie spłaty. Dzięki sprzedaży pożyczek konsumenckich do Aion, wartość niespłaconych pożyczek konsumenckich, które Grupa musi finansować z własnych zasobów kapitałowych, jest na stabilnym poziomie, przy jednoczesnym szybkim wzroście wartości finansowanych zakupów. 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.

W czerwcu 2023 r. Allegro Pay zawarło z Aion Umowę o współpracy w zakresie uruchomienia usług w modelu Bank-as-a-Service („BaaS”), która umożliwi Allegro Pay wprowadzenie na rynek nowych produktów i usług finansowych, które są zarezerwowane dla podmiotów posiadających licencję bankową (tj.

rachunków oszczędnościowych i płatniczych). Umowa o współpracy określała zasady współpracy w zakresie niektórych produktów bankowych opartych na modelu Banking-as-a-Service. Na mocy Umowy o współpracy Aion będzie świadczył określone usługi bankowe, w tym prowadzenie rachunków płatniczych i oszczędnościowych dla klientów dokonujących zakupów na platformie Allegro oraz udostępni techniczne funkcjonalności platformy za pośrednictwem API, które będzie obsługiwane przez Vodeno, jako członka Grupy Aion. Allegro Pay będzie świadczył usługi outsourcingowe dla Aion w zakresie: (i) wsparcia klientów w procesie onboardingu, (ii) obsługi klienta w zakresie usług bankowych oraz (iii) obsługi procesu onboardingu i zarządzania Rachunkami bankowymi za pośrednictwem platformy Allegro. Allegro Pay będzie dostarczać funkcjonalności platformy Allegro za pośrednictwem Allegro, jako podwykonawcy Allegro Pay. Umowa o współpracy została zawarta na okres 5 lat z możliwością jej przedłużenia.

Współpraca z Aion, jako dostawcą BaaS i posiadaczem licencji bankowej, ułatwi spełnienie wymogów regulacyjnych. Produkty BaaS będą oferowane pod marką Allegro (white label). Procesy i całe interakcje z klientami zostaną osadzone na platformie Allegro.

Allegro Pay kontynuowało dynamiczny wzrost finansowanego GMV – o 48,9% z 4,5 mld PLN w 2022 r. do 6,7 mld PLN w 2023 r., natomiast saldo pożyczek brutto na koniec roku wzrosło jedynie o 9,9% z 366,9 mln PLN do 403,3 mln PLN (po wyłączeniu należności sprzedanych do Aion w 2023 r.).

W przyszłości Grupa zamierza zwiększać skalę i sprawność działania Allegro Pay w 2024 roku i w kolejnych latach.

Oprócz usług finansowych dla konsumentów, 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 i płatności B2B.

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 produktów 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^[1]); reklamy zewnętrzne w sieci (dalsza skalowalność integracji Grupy z Google 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. 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. 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 czterech 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.

JAKOŚĆ REALIZACJI DOSTAW

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. Grupa planuje dalszy rozwój sieci automatów paczkowych oraz punktów odbioru/doręczeń, rozwój innych innowacyjnych usług w zakresie dostaw, zwiększając ich zagęszczenie i podnosząc poziom wykorzystania. 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. Główną inwestycją kapitałową mającą na celu wsparcie realizacji dostaw było ukierunkowane uruchomienie 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 2023 r. sieć automatów paczkowych Grupy przekroczyła 3500 urządzeń, w porównaniu z liczbą nieco ponad 2500 automatów w roku 2022. Inwe-

stycja 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.

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. Uruchomienie „hybrydowego” modelu dostaw z Polski do Czech, we współpracy z InPost w Polsce i WE|DO w Czechach, udowodniło, że własne rozwiązania Grupy mogą oferować szybsze i tańsze dostawy zamówień transgranicznych niż te, które są realizowane przez jednego przewoźnika.

[1] CPM – Koszt za tysiąc (CPM), rodzaj modelu ustalania ceny za 1 000 wyświetleń reklamy

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 możliwie 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 mikrousługach 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 wykorzystuje swoje nowe możliwości w zakresie obsługi wielojęzycznej i wielowalutowej, aby wspierać wdrażanie platformy handlowej w krajach obsługiwanych obecnie przez Grupę Mall. Począwszy od Czech w 2023 r. jako Allegro.cz, autorski software stack marketplace Allegro jest rozszerzany o świadczenie usług w nowych krajach, czyli o domenę Allegro.cz, która jest dostępna dla czeskich konsumentów i całej bazy sprzedawców. Allegro.cz funkcjonuje w języku czeskim, umożliwia dokonywanie płatności w koronach czeskich i integruje lokalne rozwiązania w zakresie dostaw. Sprzedawcy z Czech mogą rozpocząć działalność na Allegro i prowadzić sprzedaż na rynku czeskim. Marki Grupy Mall, Mall i CZC, są jednymi z wiodących sprzedawców na platformie Allegro.cz.

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. Uruchomienie Allegro.cz, platformy e-commerce w pełni dostosowanej do rynku czeskiego, w maju 2023 r. było kolejnym kluczowym kamieniem milowym w ambicjach Grupy, aby stać się wiodącą platformą e-commerce w Europie Środkowo-Wschodniej. Od czasu miękkiego uruchomienia platformy na początku maja Grupa stopniowo zwiększała inwestycje marketingowe, opracowując jednocześnie podręcznik działań dla kolejnych uruchomień w innych krajach. 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, zapewniając najlepsze doświadczenia zakupowe i najkorzystniejsze ceny, najszerszy wybór ofert i maksymalną wygodę dla prawie 30 milionów klientów w całym regionie. 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.

KONCENTRACJA NA SIĘDMIU PRIORYTETACH WYZNACZONYCH PRZEZ KIEROWNICTWO

Przez cały 2023 r., realizując strategię rozwoju Allegro, Kierownictwo skoncentrowało się na następujących siedmiu priorytetach. Priorytety stanowią uzgodnione cele, nad realizacją których pracowała cała Grupa:

	Polska	Kraje CE-5 ^[1]
Wzrost	1 Priorytet Wzrostowy 1 Silna pozycja w Polsce	2 Priorytet Wzrostowy 2 Sukces w Czechach/na Słowacji dzięki modelowi platformy handlowej Allegro
	3 Priorytet Wzrostowy 3 Zwiększanie skali działalności Allegro Pay	
Koszty	4 Priorytet w zakresie kosztów 4 Lepsza rentowność 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	

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 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 dalej 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, a klienci stopniowo przechodzili na nowe warunki w miarę przedłużania abonamentów. Grupa zwiększyła również minimalną wartość zamówienia do 45 zł dla dostaw poza domem oraz do 65 zł dla dostaw kurierskich, co z czasem wpłynęło na zmianę struktury dostaw w kierunku tańszych metod wysyłki. Ponadto w lipcu 2023 r. podwyższono opłaty za współfinansowanie dostaw dla handlowców, co ma na celu bardziej równomierny podział kosztów dostaw z handlowcami programu SMART!. We wrześniu 2023 r. miesięczna cena SMART! została podwyższona z 10,99 zł do 14,99 zł miesięcznie. 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 skoncentrowała się na wykorzystaniu obecnej sieci przed dalszą ekspansją i uruchomieniem nowych inwestycji.

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 przepływ pieniędzy.

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 strategicznym filaru Pracownicy i Kultura jest stworzenie najlepszego miejsca do rozwoju i dokonywania zmian poprzez tworzenie przyjaznego i inkluzywnego środowiska pracy, wspieranie rozwoju osobistego i zawodowego pracowników Allegro oraz tworzenie wartości z uwzględnieniem zasad zrównoważonego rozwoju (ESG). 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] Croatia, Czechia, Hungary, Slovakia, Slovenia

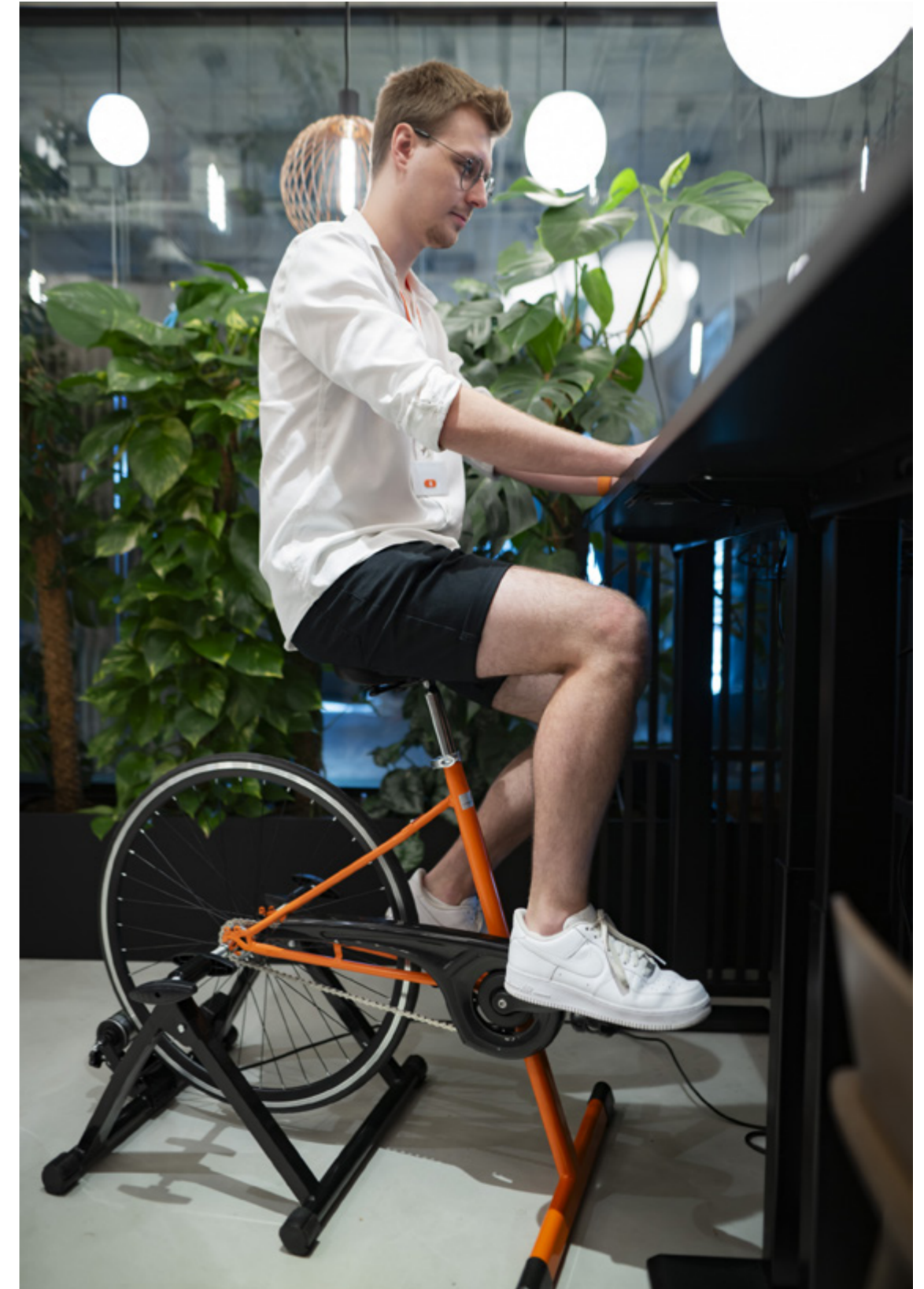
Udało nam się zrealizować większość tematów, które znalazły się w programie zarządzania na rok 2023. Wśród kluczowych osiągnięć należy wymienić uruchomienie platformy allegro.cz w Czechach, wzrost w słabo spenetrowanych kategoriach w Polsce, a także rosnący udział GMV finansowanego przez Allegro Pay. Uważamy, że „Priorytet w zakresie kosztów 6: Fit to grow”, dzięki któremu udało nam się zwiększyć Skorygowaną EBITDA Grupy do 2 540,1 mln PLN w roku obrotowym 2023, obecnie staje się elementem codziennej działalności Allegro, ponie-

waż większość mechanizmów kontrolnych kosztów została już wprowadzona i będzie funkcjonować w przyszłości.

Priorytety są aktualizowane każdego roku, biorąc pod uwagę zmieniające się warunki rynkowe i kluczowe cele biznesowe, w celu zapewnienia rentownego wzrostu. Poniżej przedstawiono zaktualizowane kluczowe priorytety na nadchodzące lata („średniookresowe”):

ŚREDNIOOKRESOWE CELE BIZNESOWE

	Rozwój podstawowej platformy handlowej	Łatwe i bezpieczne zakupy, prosta sprzedaż Rosnąca lojalność klientów
	Budowa nowych silników	Skuteczna reklama Niskie koszty i niezawodne dostawy Bezproblemowe rozwiązania fintech
	Ekspansja międzynarodowa	Systematyczne wprowadzanie naszej niskonakładowej platformy handlowej Gruntowna poprawa sytuacji w Segmencie Mall
	Zapewnienie solidnych podstaw	Technologia i systemy Ludzie i kultura, ESG



1.2. Struktura Grupy

Na dzień 31 grudnia 2023 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 szereg spółek operacyjnych zarejestrowanych i prowadzących działalność operacyjną na terytorium Polski. Oprócz polskich spółek operacyjnych, na dzień 31 grudnia 2023 r. Grupa obejmowała również spółki z segmentu Mall, które zostały objęte konsolidacją od momentu przejęcia Mall w kwietniu 2022 r. W poniższej tabeli przedstawiono kluczowe informacje dotyczące członków Grupy, kraju ich siedziby, udziałów w kapitale zakładowym posiadanych przez Grupę na dzień 31 grudnia 2023 r. i okresów podlegających konsolidacji.

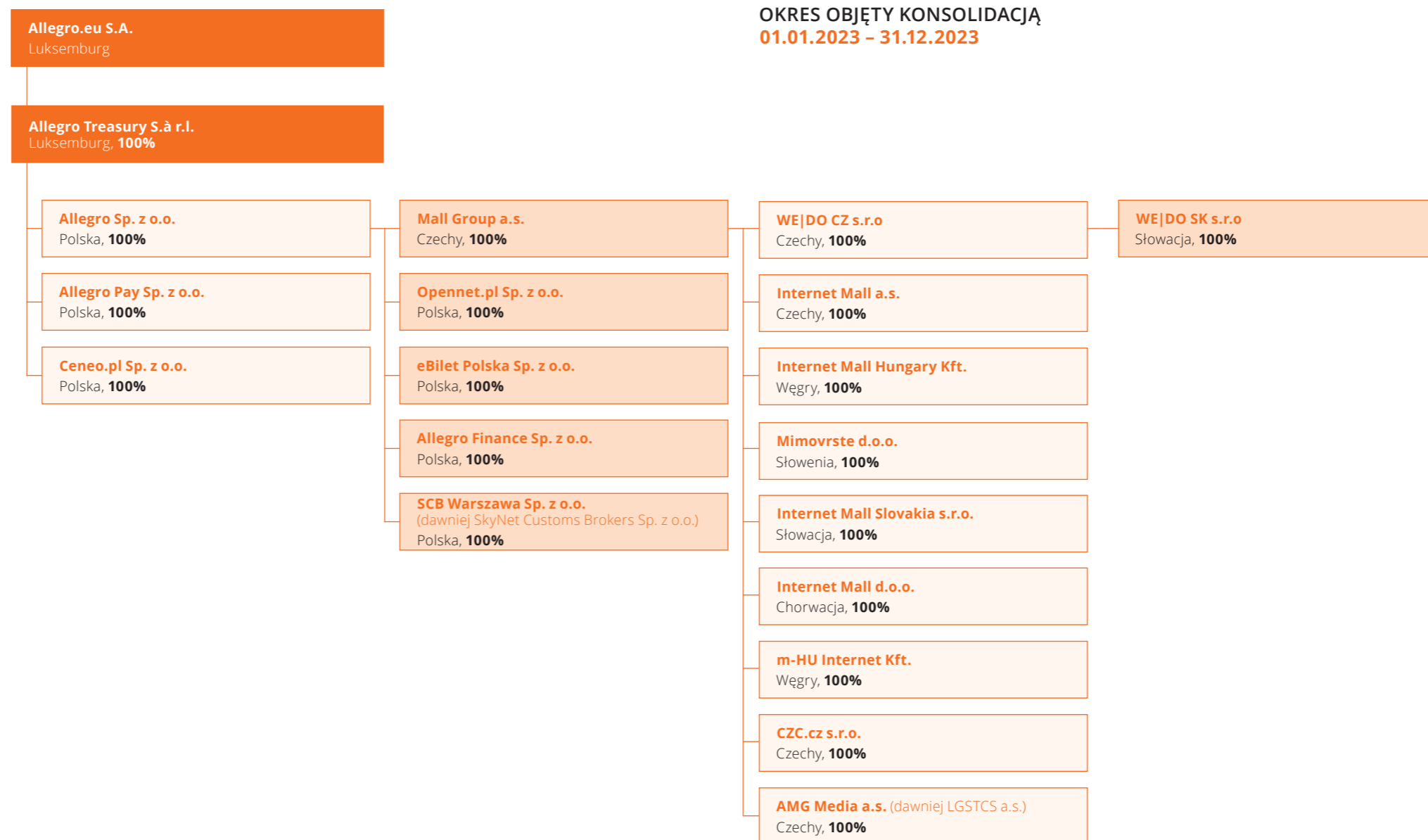
Uwaga:

W dniu 1 stycznia 2023 r. Grupa zakończyła połączenie Mall Group a.s. z E-commerce Holdings a.s., przy czym spółką, która nadal istnieje po zakończeniu połączenia, jest Mall Group a.s.

W dniu 9 czerwca 2023 r. zakończono proces likwidacji podmiotu Adinan Super Topco Employee Benefit Trust, a wszystkie pozostałe po likwidacji aktywa zostały przeniesione na Jednostkę Dominującą.

W dniu 14 lipca 2023 r. zakończono proces likwidacji spółki Netretail sp. z o.o., polskiego podmiotu operacyjnego i spółki zależnej Mall Group a.s. Aktywa kontrolowane przez spółkę zostały przeniesione do Allegro sp. z o.o.

Z dniem 1 stycznia 2024 r. spółki zależne CZC.cz s.r.o., WE|DO s.r.o. (CZ) i AMG Media a.s. zostały połączone przez przejęcie przez siostrzaną spółkę Internet Mall a.s. Z dniem realizacji połączenia, spółka przejmująca Internet Mall a.s. zmieniła nazwę na Allegro Retail a.s.



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 2023 roku Rada składała się z jedenastu członków, z których pięciu 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 2023 r. odbyło się 8 posiedzeń Rady Dyrektorów, przy 100% frekwencji osobistej, za pośrednictwem systemu telekonferencyjnego lub przez pełnomocnika.

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 Perticucci	61	2022	2026	—	Dyrektor Wykonawczy, Dyrektor Generalny (CEO) Grupy
Jonathan Eastick	57	2020	2026	—	Dyrektor Wykonawczy, Dyrektor Finansowy (CFO) Grupy
David Barker	56	2020	2026	—	Dyrektor Niewykonawczy
Richard Sanders	52	2020	2026	—	Dyrektor Niewykonawczy
Paweł Padusiński	47	2020	2026	—	Dyrektor Niewykonawczy
Nancy Cruickshank	53	2020	2026	—	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy
Clara (dit Carla) Smits-Nusteling	58	2020	2026	—	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy
Pedro Arnt	51	2022	2028	—	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy
Catherine Faiers	43	2023	2026	—	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy
Tomasz Suchański	52	2023	2026	—	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy

DARREN HUSTON

Darren Huston dołączył do Grupy jako Executive Chairman w styczniu 2017 r. i został powołany na członka Rady Dyrektorów Allegro 12 maja 2017 r. Po przekształceniu firmy w spółkę akcyjną (société anonyme) został powołany na stanowisko Dyrektora Emitenta w dniu 27 sierpnia 2020 r., a jego kadencja członka Rady Dyrektorów została przedłużona 1 września 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 CEO i założycielem BlackPines Capital Partners jak i przewodniczącym w firmach Skyscanner, The Knot Worldwide i Operto. Pan Huston posiada tytuł MBA Uniwersytetu Harvarda oraz tytuł magistra ekonomii Uniwersytetu Kolumbii Brytyjskiej.

W październiku 2023 r. Pan Huston poinformował Radę o swoim zamiarze przekazania w najbliższych miesiącach funkcji Przewodniczącego oraz Dyrektora Spółki następcy. Pan Huston wyraził poparcie dla powołania doradcy rekrutacyjnego na potrzeby rozpoczęcia procesu wyłonienia jego następcy. Pan Huston będzie również wypełniać swoje obowiązki związane z zajmowanym przez niego stanowiskiem do czasu wyłonienia jego następcy oraz płynnego przekazania mu pełnienia obowiązków.

ROY PERTICUCCI

Roy Perticucci 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.

JONATHAN EASTICK

Jonathan („Jon”) Eastick dołączył do Grupy jako CFO w lutym 2018 r. i został powołany na członka Rady Dyrektorów i dyrektora wykonawczego Allegro 1 września 2020 r., po IPO Grupy. Pan Eastick jest także członkiem zarządu Allegro. Wcześniej był dyrektorem w Ernst & Young. Pan Eastick posiada 35-letnie doświadczenie w finansach i zarządzaniu, w tym 23-letnie doświadczenie jako dyrektor finansowy w Allegro, 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 Permire, 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 roku, gdzie jest Partnerem i członkiem komitetu wykonawczego i Inwestycyjnego. Współprzewodniczył zespołowi technologii w Permire do 2023 r. i ma duże doświadczenie w tym sektorze. Od lutego 2022 r. pan Sanders jest członkiem Rady Dyrektorów MercadoLibre (MELI). Posiada tytuł magistra Uniwersytetu Oksfordzkiego oraz tytuł MBA Uniwersytetu Stanforda.

PAWEŁ PADUSIŃSKI

Paweł Padusiński kierował procesem zakupu Allegro przez fundusz MidEuropa a od 2017 r. zasiada w zarządach spółek operacyjnych Allegro i Ceneo. W skład Rady Dyrektorów Emitenta został powołany 1 września 2020 r. Pan Padusiński jest partnerem MidEuropa, w którym pracuje od 2005 r. Przed dołączeniem do MidEuropa, pan Padusiński pracował w dziale finansów korporacyjnych w PwC w Warszawie. Posiada tytuł magistra finansów i bankowości oraz zarządzania strategicznego Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie.

NANCY CRUICKSHANK

Nancy Cruickshank została powołana na członkinię Rady Dyrektorów Allegro 1 września 2020 r., a od maja 2022 r. przewodniczy Komitetowi Wynagrodzeń, Nominacji i ESG Allegro. Pani Cruickshank jest partnerką operacyjną w Exponent PE w Londynie, przewodnicząc dwóm spółkom portfelowym firmy – Go City i Wowcher, piastując także niezależne funkcje niewykonawcze we Flutter Entertainment Plc (spółka z listy FTSE 100). Była wcześniej wiceprezeską ds. cyfrowych w Carlsberg, pełniąc funkcję NED w firmie przez 18 miesięcy przed dołączeniem do zespołu zarządzającego. Pracuje w branży cyfrowej od ponad 25 lat, a jej doświadczenie obejmuje wprowadzenie Conde Nast do sieci w 1996 roku, nadzór nad działalnością cyfrową Telegraph Media Group, czy start kosmetycznej platformy MyShowcase. W latach 2001-2006 rozwijała lidera rynku mody i kosmetyków, firmę Handbag.com, torując drogę do udanego jej przejścia przez Hearst Corporation w 2006 r. Pani Cruickshank posiada tytuł licencjata z historii Uniwersytetu w Leeds.

CLARA (DIT CARLA) SMITS-NUSTELING

Carla Smits-Nusteling została powołana na członkinię Rady Dyrektorów Allegro 1 września 2020 r. Pani Smits-Nusteling jest obecnie dyrektor niewykonawczą i przewodniczącą audytu w Nokia Corporation i członkinią zarządu Stichting Continuïteit Ahold Delhaize, fundacji utworzonej na podstawie prawa holenderskiego w celu ochrony interesów Koninklijke Ahold Delhaize N.V. Poprzednio była dyrektor niewykonawczą i przewodniczącą audytu ASML, przewodniczącą zarządu Tele2 AB, ławniczką Sądu ds. Przedsiębiorstw Sądu Apelacyjnego w Amsterdamie, jak i CFO i członkinią zarządu w Royal KPN N.V. Zajmowała też kilka stanowisk związanych z finansami i biznesem w Royal KPN N.V. (gdzie była również odpowiedzialna za zarządzanie ryzykiem) 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.

W listopadzie 2023 r. pani Smits-Nusteling poinformowała Radę o swoim zamiarze przekazania funkcji Przewodniczącej Komitetu Audytu oraz Członka Rady Dyrektorów Spółki swojemu następcy. Zamierza pozostać Przewodniczącą Komitetu Audytu i Dyrektorem Niewykonawczą do czasu Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia w 2024 r., aby dopełnić nadzór nad roczną sprawozdawczością finansową Spółki za rok 2023. Pani Smits-Nusteling wyraziła poparcie dla powołania doradcy rekrutacyjnego na potrzeby rozpoczęcia procesu wyłonienia jej następcy. Będzie również nadal wypełniać swoje obowiązki związane z zajmowanym przez nią stanowiskiem do czasu powołania przez Radę nowego Przewodniczącego Komitetu Audytu oraz płynnego przekazania pełnionych obowiązków.

PEDRO ARNT

Pedro Arnt został powołany na członka Rady Dyrektorów Allegro 22 czerwca 2022 r. Od ponad 20 lat pracuje na różnych stanowiskach kierowniczych wyższego szczebla w branży technologii internetowych dla konsumentów. Obecnie jest CEO dLocal, notowanego na giełdzie globalnego lidera w branży fintech na rynkach wschodzących. Wcześniej Pedro przez ponad 12 lat pełnił 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 MELI Pan Arnt pracował dla Boston Consulting Group w biurach w Buenos Aires oraz São 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. Był członkiem komitetu ryzyka Mercado Libre i kierował agendą ESG & Climate firmy. Obecnie zasiada w Komitecie Ryzyka dLocals. Posiada tytuł licencjata uzyskany na Haverford College oraz tytuł magistra uzyskany na University of Oxford.

CATHERINE FAIERS

Catherine Faiers została powołana na członkinię Rady Dyrektorów Allegro 12 maja 2023 r. Z doświadczeniem na stanowiskach kierowniczych związanych ze sprzedażą, marketingiem, produktem, technologią, finansami i operacjami, Catherine Faiers jest wysoko cenioną liderką e-commerce. Była odpowiedzialna za pomyślne przeprowadzenie transformacji cyfrowych, czy dotyczących danych i technologii na trzech wiodących rynkach typu marketplace: Auto Trader, Addison Lee i Trainline. Obecnie pełni funkcję Chief Operating Officer w Auto Trader Group plc (spółka z listy FTSE 100), będąc dyrektorem wykonawczą, uczestniczącą wszystkich komitetów zarządu oraz członkinią zespołu wykonawczego. Jest certyfikowaną starszą menedżerką w Auto Trader w ramach FCA SM&CR i zasiada w wykonawczym komitecie ryzyka w Auto Trader. Posiada kwalifikacje szkoleniowe w zakresie znajomości zagadnień związanych z emisją dwutlenku węgla uzyskane w ramach programu Carbon Literacy Trust <https://carbonliteracy.com/>. Zasiada w komitecie ds. odpowiedzialności korporacyjnej i społecznej w Auto Trader, który jest odpowiedzialny za strategię w zakresie ESG i klimatu. Poprzednio pełniła rolę dyrektora operacyjnej w Addison Lee, będąc odpowiedzialną za prowadzenie bieżącej działalności firmy, strategię oraz fuzje i przejęcia. Wcześniej, pracując jako dyrektor wiodącego przedsięwzięcia internetowego Trainline, była odpowiedzialna za strategię, zmiany, fuzje i przejęcia oraz relacje inwestorskie. Catherine Faiers zdobyła kierownicze doświadczenie w finansach korporacyjnych, doradzając na poziomie zarządu spółkom publicznym i prywatnym w zakresie: fuzji i przejęć, zadłużenia, IPO i emerytur. Pracowała również jako biegła rewidentka i liderka zespołu audytu dla wielu kluczowych klientów w PwC.

TOMASZ SUCHAŃSKI

Tomasz Suchański został powołany na członka Rady Dyrektorów Emitenta 12 maja 2023 r. Jest prezesem Grupy Żabka, a wieloletnie doświadczenie i dogłębna wiedza co do mechanizmów rządzących branżą pozwalają mu tak kierować działaniami Grupy Żabka, by cieszyła się mianem lidera modelu convenience w Europie Środkowo-Wschodniej. Jest również przewodniczącym komitetu ESG w Grupie Żabka. Zanim został prezesem Grupy Żabka w marcu 2016 r., był związany z różnymi spółkami Jeronimo Martins. Pracował w międzynarodowych strukturach firmy, a wcześniej, w latach 2011-2014, był dyrektorem generalnym Biedronki w Polsce. Uprzednio pełnił funkcje dyrektora finansowego Jeronimo Martins Polska, członka zarządu firmy oraz jej dyrektora operacyjnego regionu centralnego. Przed przyjazdem do Polski w 2005 r. działał międzynarodowo w ramach portugalskich sieci grupy Jeronimo Martins. W 2003 r. objął zaś stanowisko dyrektora finansowego sieci hurtowni Recheio, a wcześniej, jako członek działu finansowego, odpowiadał za supermarkety Pingo Doce i hipermarkety Feira Nova.

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 osiąganiu 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 Szczegół („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 2023 lub jego część.

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 platformy. 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.

W dniu 29 grudnia 2023 r. pan David Roberts złożył rezygnację z funkcji członka Zarządu Allegro sp. z o.o. ze skutkiem natychmiastowym. Pan Roberts pozostanie zatrudniony w Grupie na stanowisku CTPO – Chief Technology and Product Officer.

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.

W dniu 12 września 2023 r. pan Alvise Favara złożył rezygnację ze stanowiska członka zarządu Allegro sp. z o.o. ze skutkiem natychmiastowym. Alvise Favara pozostanie dostępny do 31 marca 2024 r. dla zapewnienia płynnego przekazania funkcji swojemu następcy na stanowisku Chief Commercial Officer (CCO).

TOM RUHAN

Pan Tom Ruhan został powołany w dniu 29 grudnia 2023 r. na stanowisko członka Zarządu Allegro Sp. z o.o., ze skutkiem od dnia 2 kwietnia 2024 r. Został on uznany za Kluczowego Menedżera z dniem wejścia w życie jego nominacji na Członka Zarządu, tj. 2 kwietnia 2024 r.

Pan Tom Ruhan dołączył do Allegro w roku 2018 jako Chief Legal Officer and Corporate Affairs Director spółki Allegro sp. z o.o. oraz General Counsel Spółki. Przed dołączeniem do Allegro, Tom Ruhan pracował przez 12 lat jako Of Counsel w polskiej kancelarii prawnej Wardyński i Wspólnicy, przez 11 lat jako członek zarządu notowanej na GPW spółki teleko-

munikacyjnej Netia SA oraz po 1,5 roku w spółkach publicznych Apator SA oraz Magna Polonia SA. Tom Ruhan przez blisko 8 lat był przewodniczącym Europejskiego Stowarzyszenia na rzecz Konkurencji w Telekomunikacji z siedzibą w Brukseli i przez 12 lat wiceprzewodniczącym SOT KIGEIT w Warszawie. Tom Ruhan jest absolwentem Wydziału Prawa Uniwersytetu Warwick. Jest również prezesem zarządu Allegro Foundation, członkiem zarządu Fundacji Dorastaj z Nami, menedżerem Allegro Treasury s.à r.l., przewodniczącym Rady Nadzorczej Allegro Pay sp. z o.o., a także członkiem Rad Nadzorczych eBilet Polska sp. z o.o. i Mall Group a.s.



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 zewnętrznych i wewnętrznych 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 zewnętrznych 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,
- analizę ryzyka ESG i klimatycznego, sprawozdawczości ESG, wyników audytów niefinansowych,
- nadzór nad kwestiami dotyczącymi bezpieczeństwa i ochrony prywatności danych,
- 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, Pedro Arnt i Clara (dit Carla) Smits-Nusteling (która pełniła funkcję przewodniczącej Komitetu Audytu).

PODSUMOWANIE DZIAŁALNOŚCI KOMITETU AUDYTU W 2023 R.

W 2023 r. Komitet Audytu odbył 7 posiedzeń w marcu (2), maju (1), czerwcu (1), wrześniu (1) i listopadzie (2). 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,
 - podatki,
 - bezpieczeństwo,
 - prywatność
 - szacunki i osądy przed zamknięciem roku obrotowego.

- wyniki testów kontroli wewnętrznej nad sprawozdawczością finansową (ICFR),
- raportowanie i monitorowanie środków zaradczych określonych na podstawie wcześniejszych audytów (regularne aktualizacje),
- roczny plan audytów audytora zewnętrznego i audytu wewnętrznego,
- weryfikacja gotowości do wdrożenia Dyrektywy w sprawie sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju
- 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.

Ze względu na zaangażowanie kierownictwa w kwestie bezpieczeństwa i ochrony prywatności w Grupie Allegro, w dniu 27 listopada 2023 r. Rada Dyrektorów Allegro.eu podjęła decyzję, aby sprawy związane z bezpieczeństwem i ochroną prywatności stanowiły część kompetencji Komitetu Audytu. Ponadto Jonathan Eastick został mianowany członkiem rady odpowiedzialnym za bezpieczeństwo i ochronę prywatności w Grupie.

Od 27 listopada 2023 r. kwestie bezpieczeństwa i ochrony prywatności będą regularnie omawiane na posiedzeniach Komitetu Audytu, aby zapewnić uwzględnianie odnośnych kwestii dotyczących bezpieczeństwa i ochrony prywatności w celach, ładzie korporacyjnym, strategii, procesie decyzyjnym, zarządzaniu ryzykiem i sprawozdawczości Spółki.

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 (która pełni funkcję przewodniczącej Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji), Darren Huston, Catherine Faiers (od 27.06.2023 r.) i Tomasz Suchański (od 27.06.2023 r.) oraz Clara (dit Carla) Smits Nusteling (do 27.06.2023 r.).

	Posiedzenie RemNomCo w I kw. 2023 r.	Posiedzenie RemNomCo w II kw. 2023 r.	Posiedzenie RemNomCo w III kw. 2023 r.	Posiedzenie RemNomCo w III kw. 2023 r.	Posiedzenie RemNomCo w IV kw. 2023 r.
Data posiedzenia RemNomCo	2 marca	6 kwietnia	26 czerwca	26 września	27 listopada
Najważniejsze kwestie poruszane na posiedzeniu	Powołanie nowych Dyrektorów Allegro.eu Decyzje dot. cykli wynagrodzeń za 2022/2023	Zatwierdzenia LTI	Zmiany nazw stanowisk niektórych Kluczowych Menedżerów	ESG Analiza benchmarkingowa wynagrodzeń Dyrektorów, Członków Rady i Kluczowych Menedżerów	ESG Plan wynagrodzeń Dyrektorów, Członków Rady i Kluczowych Menedżerów na rok 2024 Polityka wynagrodzeń i systemy premiowe

SKŁAD KOMITETU W 2023 R.

- Nancy Cruickshank, Przewodnicząca, powołana w październiku 2020 r.
- Darren Huston, powołany w maju 2017 r.
- Catherine Faiers, powołana w czerwcu 2023 r.
- Tomasz Suchański, powołany w czerwcu 2023 r.
- Clara (dit Carla) Smits Nusteling, powołana we wrześniu 2020 r. (do 27.06.2023 r. – data ustąpienia).

PODSUMOWANIE DZIAŁALNOŚCI KOMITETU WYNAGRODZEŃ I NOMINACJI W 2023 R.

W 2023 roku Komitet Wynagrodzeń i Nominacji odbył łącznie 5 posiedzeń, w dniach 2 marca, 6 kwietnia, 26 czerwca, 26 września i 27 listopada. Główne obszary zainteresowania i tematy dyskusji Komitetu były następujące:

- przegląd i zatwierdzenie rocznej puli premii za rok 2022 oraz rekomendacji dotyczących wypłaty premii dla Członków Zarządu i Kluczowych Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla Allegro,
- przegląd i zatwierdzenie wynagrodzeń Dyrektorów Allegro.eu, Członków Zarządu Allegro oraz Kluczowych Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla za rok 2023, a także puli i nagród w ramach programu Allegro Incentive Plan na lata 2023-2025,
- przegląd i zatwierdzenie analizy porównawczej wynagrodzeń Członków Zarządu Allegro oraz Kluczowych Członków Kierownictwa Wyższego Szczebla,
- przegląd Polityki Płacowej na rok 2022 oraz proponowanych zmian do Polityki Płacowej na rok 2023,
- przegląd i zatwierdzenie zmian w Krótkoterminowym Planie Motywacyjnym Allegro (premie roczne),
- przegląd i zatwierdzenie zmian w umowach o zakazie konkurencji Allegro i okresach wypowiedzenia,
- przegląd zaktualizowanych ram strategicznych ESG, analizy podwójnej istotności i planu operacyjnego ESG
- przegląd wyników badania Zaangażowania Pracowników,
- przegląd i zatwierdzenie pakietów wynagrodzeń dla nowo zatrudnionych członków kadry kierowniczej wyższego szczebla, korekty wynagrodzeń członków kierownictwa wyższego szczebla oraz ustalenia dotyczące odejścia z pracy, jeśli dotyczy.
- dostarczanie strategicznych zaleceń dotyczących priorytetów w zakresie ESG i monitorowanie realizacji strategii w zakresie ESG i klimatu.

Aby podkreślić zaangażowanie kierownictwa w kwestie ESG (środowiskowe, społeczne i związane z ładem korporacyjnym) w Grupie Allegro, w dniu 27 czerwca 2023 r. Rada Allegro.eu podjęła decyzję, by kwestie związane z ESG stanowiły część kompetencji RemNomCo. Ponadto Nancy Cruickshank została mianowana członkinią rady odpowiedzialną za kwestie ESG w Grupie.

Od 27 czerwca 2023 r. kwestie związane z ESG będą regularnie omawiane na spotkaniach RemNomCo, aby zapewnić uwzględnianie odnośnych kwestii związanych ze zrównoważonym rozwojem i ESG w celach, ładzie korporacyjnym, strategii, procesie decyzyjnym, zarządzaniu ryzykiem i sprawozdawczości Spółki.

1.5. Akcjonariusze Spółki

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

Nazwa	Liczba akcji	Udział % w kapitale zakładowym	Liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu	% głosów na Walnym Zgromadzeniu
Permira VI Investment Platform Limited	262 928 572	24,88%	262 928 572	24,88%
Cidinan S.à r.l.	228 155 845	21,59%	228 155 845	21,59%
Akcje w wolnym obrocie	565 820 436	53,54%	565 820 436	53,54%
Razem:	1 056 904 853	100,00%	1 056 904 853	100,00%

Od momentu powstania Grupy w 2017 r. (kiedy to Spółka nosiła pierwotną nazwę Adinan Super Topco S.à r.l., a w 2020 r. została przemianowana na Allegro.eu s.a.) największymi indywidualnymi akcjonariuszami Grupy są fundusze private equity: Cinven, Permira i Mid Europa Partners (razem „Znaczący Akcjonariusze”). W październiku 2023 r. Grupa otrzymała zawiadomienie od Mid Europa Partners, że jej udział w akcjach Grupy, posiadanych przez Mepinan S.à r.l., spadł poniżej progu 5% w wyniku zbycia udziałów w dniu 10 października 2023 r. W związku z tym akcje posiadane przez Mepinan S.à r.l. są ujmowane w wolnym obrocie, ponieważ znajdują się poniżej progu 5%.

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 trwałe 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 w 2022 r. nie stosowała się do Dobrych Praktyk GPW, 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 nie osiągnął zalecanego poziomu 30%. 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: 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 stanie się to praktyczne oraz pod warunkiem, że nie zostaną zidentyfikowane istotne ryzyka prawne związane z tą formą walnego zgromadzenia.

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 2023 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 Roczno 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.

BUSINESS OFFICE SERVICES

Allegro korzysta z usług administracji korporacyjnej i sekretariatu świadczonych przez Business Office Services S.à r.l., spółkę powiązaną 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 domicylacji, (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.



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 MNIJSZOŚCIOWEGO 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 wciąż jest w toku. 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 POPRZECZ 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 daty ostatniego raportu rocznego Prezes UOKiK złożył odpowiedź na odwołanie Allegro. Odpowiedź ta nie zawierała żadnych istotnych nowych argumentów. W lutym 2024 r. Allegro złożyło do Sądu dodatkowe oświadczenie zawierające dodatkową argumentację. Sąd nie ogłosił

daty pierwszej rozprawy. 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.

Istnieje duże prawdopodobieństwo, że grzywna nałożona na Allegro nie stanie się wymagalna. Zgodnie ze stanowiskiem Kierownictwa Grupy, popartym opinią zewnętrznego doradcy, decyzja UOKiK nie powinna zostać podtrzymana w sądzie, 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 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). Prezes UOKiK złożył odpowiedź na odwołanie Allegro. Odpowiedź ta nie zawierała żadnych istotnych nowych argumentów. Allegro i Prezes UOKiK złożyli do sądu po jednym dodatkowym wniosku. Sąd nie ogłosił daty pierwszej rozprawy. 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.

POSTĘPOWANIA WYJAŚNIAJĄCE I NIEFORMALNE WNIOSKI O UDZIELENIE INFORMACJI KIEROWANE PRZECZESĄ UOKiK

W przeszłości Prezes UOKiK zarówno zwracał się do Grupy z nieformalnymi wnioskami o udzielenie informacji na temat jej działalności, jak i podejmował decyzje o wszczęciu postępowań wyjaśniających związanych z ochroną konkurencji i/lub ochroną konsumentów. Grupa ma do czynienia z licznymi wnioskami o udzielenie informacji kierowanymi przez UOKiK oraz kilkoma postępowaniami wyjaśniającymi, przy czym sytuacja ta może być kontynuowana w przyszłości. Postępowanie wyjaśniające dotyczące zasad dzierżawy nieruchomości pod automaty paczkowe oraz klauzuli inflacyjnej w Regulaminie Programu Allegro Smart! zostały zakończone przez UOKiK bez postawienia zarzutów.

W odniesieniu do 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 i/lub wniosek w ramach postępowania wyjaśniającego za niezadowolającą, może on wystosować dodatkowe wnioski i/lub wszczęć postępowanie wyjaśniające (w przypadku wniosków nieformalnych), 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 oraz tych, w których jest to wymagane przepisami prawa, uczestniczą w zarządzaniu 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:

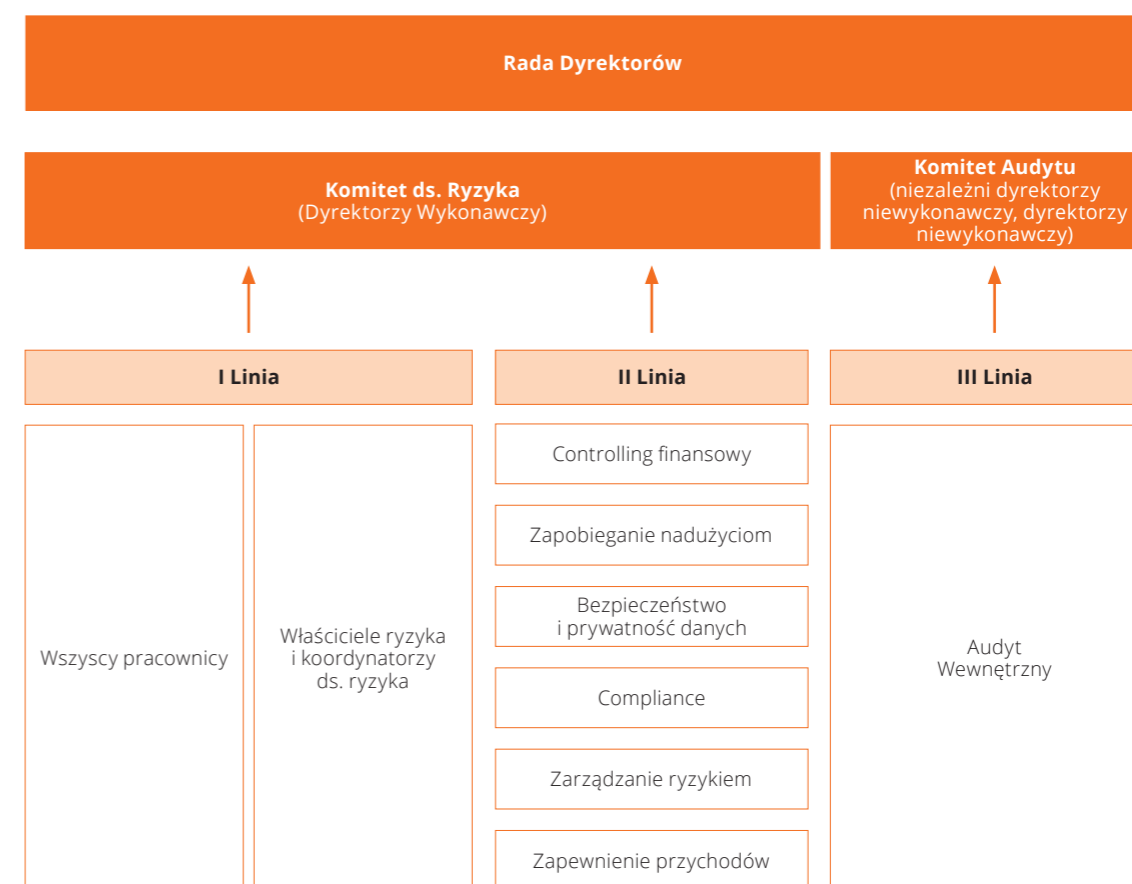
- minimalizowanie ryzyka mającego wpływ na osiągnięcie celów i realizację zadań;
- wykorzystywanie w pełni możliwości biznesowych oraz ograniczanie ryzyka utraty możliwości;
- poprawa efektywności procesów wewnętrznych poprzez opieranie się na istniejącym ładzie korporacyjnym i jego ciągłe ulepszanie;
- 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; 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 wewnętrznego; Ocena skuteczności systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem (pośrednio poprzez przegląd raportów z audytu wewnętrznego); Ocena wyników kontroli wewnętrznych, w tym audytów wewnętrznych, oraz harmonogramów eliminacji błędów wykrytych w wybranych obszarach; Przeprowadzanie regularnych przeglądów rejestru 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 ograniczyć 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.
Koordynator 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 – pośrednio – audyt wewnętrzny.

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*
		Nieistotny (1)	Umiarkowany (2)	Istotny (3)	Wysoki (4)	Bardzo wysoki (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 sklasyfikowane 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 (zgodnie z 3-letnim planem audytu zatwierdzonym przez Komitet Audytu) koncepcji i wdrożenia zbioru mechanizmów kontroli wewnętrznej wskazanych przez Kierownictwo Wyższego Szczebla jako kluczowe dla sporządzania sprawozdań finansowych (tj. Kontroli Wewnętrznej nad Sprawozdawczością Finansową)
- 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 cyklicznie na posiedzeniach Komitetu Audytu przez Kierownika 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 Kierownikiem Audytu Wewnętrznego Grupy 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 Kierownikiem Audytu Wewnętrznego Grupy, omawiających stan realizacji planu audytu oraz zaistniałe problemy
- przeglądu wyników samooceny przedstawionych przez Audyt Wewnętrzny
- Komitetu Audytu przez Dyrektora ds. Bezpieczeństwa, który nadzoruje obszar Zarządzania ryzykiem i Zapewnienia zgodności
- rozmów z Menadżerem ds. Ryzyka i Kierownikiem Audytu Wewnętrznego Grupy 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 Kierownikiem Audytu Wewnętrznego Grupy, 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 odpowiednie, 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 obejmuje podmioty istotne oraz te, w przypadku których zarządzanie ryzykiem jest wymagane na mocy odpowiednich przepisów.

Niemniej jednak Czynniki ryzyka przedstawione poniżej w punkcie 3.2.2 odzwierciedlają wiedzę Kierownictwa Grupy na temat ryzyka związanego z dokonanymi w ostatnim czasie 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.

2.2. Czynniki ryzyka

RYZYKA ZWIĄZANE Z DZIAŁALNOŚCIĄ GRUPY I JEJ BRANŻĄ

NA RYNKU HANDLU DETALICZNEGO W POLSCE I KRAJACH CE-5 ORAZ W SEGMENTE E-COMMERCE PANUJE DUŻA KONKURENCJA, A ZDOLNOŚĆ GRUPY DO SKUTECZNEGO KONKUROWANIA ZALEŻY OD WIELU CZYNNIKÓW ZARÓWNO WEWNĘTRZNYCH, JAK I POZOSTAJĄCYCH POZA JEJ KONTROLĄ.

Branża detaliczna w Polsce i regionie CE-5 (pięć krajów w Europie Środkowej, w których działa Grupa Mall: Chorwacja, Czechy, Węgry, Słowacja, Słowenia), w tym segment e-commerce, jest rozdrobniona i charakteryzuje się silną konkurencją. Grupa konkuruje ze zróżnicowaną grupą firm detalicznych działających stacjonarnie oraz za w modelu omnichannel, takich jak RTV Euro AGD, Media Expert, Biedronka, Empik, SMYK, LPP oraz firm z sektora e-commerce,

takich jak Alibaba, Amazon, eBay i Temu, które oferują szeroką gamę kategorii produktowych, a także specjalistycznych firm z sektora e-commerce, takich jak Zalando, Modivo, Vinted, Shein i Oponeo.pl.

Poniższa tabela przedstawia wybranych największych lokalnych i międzynarodowych konkurentów w handlu detalicznym i branży e-commerce na kluczowych rynkach Grupy:

Kluczowi konkurenci w Polsce	Kluczowi konkurenci w krajach CE-5
Lokalni konkurenci:	
Biedronka	Alza
CCC	Datart
Empik	Emag
Erli	Heureka
LPP	Rohlik
Media Expert	
Modivo	
Oponeo	
RTV Euro AGD	
SMYK	
Konkurenci międzynarodowi:	
Alibaba	Alibaba
Amazon	Amazon
Castorama	eBay
Decathlon	Kaufland
Douglas	Media Markt
eBay	Modivo
Ikea	Shein
Lidl	Tesco
Media Markt	Temu
Rossmann	Vinted
Shein	Zalando
Shopee (wycofał się z Polski w I kwartale 2023 r.)	
Temu	
Vinted	
Zalando	

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 lub w regionie CE-5 wysokonakładowych modeli biznesowych, jakie stosują w innych krajach, mogą zdecydować się na taki krok w przeszłości, 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 lub rynki krajów CE-5. 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 wzmacnią 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 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 stawkę prowizyjnych Grupy;
- zakresu, w jakim sprzedawcy mogą zdecydować się na przedkładanie rozwoju własnego sklepu internetowego (e-sklepu) nad korzystanie z Allegro jako kanału dystrybucji;
- 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 zakresu, w jakim takie ramy prawne zapewniają przewagę konkurencyjną konkurentom stosującym różne modele biznesowe;
- równych szans dla konkurentów i egzekwowania wiążących przepisów wobec wszystkich uczestników rynku, w tym tych, którzy nie są fizycznie obecni w UE;
- tego, czy Grupa będzie w stanie zaoferować dogodne metody płatności wszystkim konsumentom i sprzedawcom po rozsądnych kosztach.

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.

MIĘDZYNARODOWE FIRMY Z BRANŻY E-COMMERCE MOGĄ ZINTENSYFIKOWAĆ SWOJĄ DZIAŁALNOŚĆ, STANOWIĄCĄ BEZPOŚREDNIĄ KONKURENCJĘ DLA ALLEGRO W SEGMENTIE E-COMMERCE W POLSCE I REGIONIE CE-5, CO MOŻE DOPROWADZIĆ DO ISTOTNEJ ZMIANY NASZYCH PRZYSZYŁYCH WYNIKÓW FINANSOWYCH W ZAKRESIE WZROSTU, MARŻ I PRZEPEŁYWÓW PIENIĘŻNYCH.

W 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. Od momentu wejścia do Polski Amazon kontynuował rozwój działalności w Polsce, dodając do swojego portfela nowe produkty i 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.

AliExpress jest obecny na polskim rynku i w regionie CE-5 od prawie dziesięciu lat w modelu biznesowym o charakterze w dużej mierze transgranicznym. Chociaż firma osiągnęła udział w segmencie wśród liderów e-commerce na niektórych mniejszych i mniej konkurencyjnych rynkach, szacuje się, że jej udział w segmencie w Polsce jest nadal na poziomie średnich wartości jednocyfrowych.

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 znaczące zmiany w swojej wczesniej strategii wejścia na rynek, stopniowo zmniejszając skalę rabatów

dla sprzedawców lub zaostrzając warunki dla konsumentów. Na początku 2023 r. Shopee ogłosiło zamiar wycofania się z Polski i zakończyło działalność w tym kraju.

W ostatnich kwartałach odnotowano dynamiczne wchodzenie na rynek chińskich transgranicznych platform handlu elektronicznego, które sprzedają produkty na całym świecie bezpośrednio z Chin w ramach sprzedaży bezpośredniej lub „modelu w pełni zarządzanego”, zamiast wcześniejszego tradycyjnego modelu, w którym chińscy dostawcy/sprzedawcy działali w sposób bardziej pośredni, prowadząc sprzedaż na lokalnych platformach e-commerce na różnych rynkach. W kwietniu 2023 r. Temu, międzynarodowa firma chińskiej platformy Pinduoduo, oficjalnie rozszerzyła swoją działalność na Europę. Po wcześniejszym wejściu na rynek niemiecki, włoski, holenderski, francuski, hiszpański i brytyjski, w czerwcu 2023 r. firma rozpoczęła działalność w Polsce.

Model w pełni zarządzany umożliwia Temu pozyskiwanie i oferowanie dużych ilości produktów w wielu kategoriach, podobnie jak w przypadku platformy handlowej w modelu 3P, a także stosowanie bardzo obniżonych cen dzięki integracji łańcucha dostaw i zapewnieniu siły przetargowej w relacjach z dostawcami/usługodawcami. Od momentu wejścia na polski rynek Temu inwestuje w marketing, co zaowocowało wzrostem ruchu i liczby pobrań aplikacji w II połowie 2023 roku. Podczas gdy transgraniczny eksport e-commerce z Azji nie jest nowym zjawiskiem i dla klientów w Europie oznacza znacznie dłuższy czas dostawy i zazwyczaj mniej trafny wybór w porównaniu z lokalnymi platformami handlowymi, jeśli Temu i/lub inne międzynarodowe transgraniczne platformy e-commerce zdobędą znaczący udział w segmencie e-commerce w Polsce lub krajach CE-5, może to mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy. Co więcej, ogłoszona niedawno zmiana strategii zaopatrzenia Temu, polegająca na zachęcaniu do współpracy sprzedawców z innych części świata (tj. sprzedawców lokalnych), może zwiększyć atrakcyjność ich asorty-

mentu i skrócić czas dostawy, co może spowodować dodatkowe ryzyko dla lokalnych firm e-commerce, jeśli takie posunięcie okaże się bardziej skuteczne niż w przypadku innych podmiotów, które weszły na polski rynek w ostatnim czasie.

Shein to kolejny przykład chińskiej firmy, która realizuje ekspansję międzynarodową w wielu regionach geograficznych, w tym w Polsce i CE-5. Udana ekspansja w segmencie e-commerce może mieć wpływ na Allegro jako sprzedawcę odzieży typu fast-fashion poprzez spadek przychodów w segmencie mody i odzieżowym.

Grupa nie może wykluczyć, że w przyszłości na wejście na rynek e-commerce w Polsce i/lub krajach CE-5 zdecydują się także inne firmy międzynarodowe, co może spowodować nasilenie się konkurencji. Ponadto Grupa nie może wykluczyć, że w przyszłości SEA lub inne firmy międzynarodowe podejmą kolejną próbę wejścia do polskiego lub środkowoeuropejskiego segmentu e-commerce.

Grupa nie jest w stanie dokładnie oszacować potencjalnego wpływu wzmożonej konkurencji ze strony innych firm działających w branży e-commerce na jej wyniki finansowe i operacyjne. Poziom inwestycji konkurentów 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 Aliexpress, Amazon, Shein, Temu i innych firm. Allegro pozostaje najważniejszym punktem kontaktowym dla konsumentów dokonujących zakupów online w Polsce, oferując szeroki i stale rosnący asortyment, dostępny 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.

Konkurencja w segmencie e-commerce w krajach CE-5 pozostaje stosunkowo rozproszona, bez bardzo dużych liczących się podmiotów. Po przejęciu Mall w 2022 r. i uruchomieniu platformy handlowej allegro.cz w 2023 r. Grupa rozszerzyła swoją działalność poza Polskę, realizując ambicję zbudowania wiodącego międzynarodowego lidera e-commerce w regionie CE-5. Grupa nie może jednak wykluczyć, że w przyszłości na wejście na rynek e-commerce w krajach CE-5 zdecydują się także inne firmy międzynarodowe, co może spowodować nasilenie się konkurencji. Oprócz Temu i Shein istnieją dwa przykłady takich działań w CE-5. Kaufland uruchomił swoją czeską platformę handlową w 2023 roku. Trendyol ogłosił plany uruchomienia swojej platformy w pierwszym kwartale 2024 roku w Czechach i na Węgrzech.

Przy opracowywaniu budżetów i określaniu oczekiwań co do wyników finansowych Grupy na rok 2024 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 w Polsce i krajach CE-5. 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 2023 roku zostało wygenerowane przez konsumentów bezpośrednio wpisujących w wyszukiwarkę adres strony Allegro lub korzystających z aplikacji mobilnej, albo pochodzących 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 wzmocnienie marki Allegro ma kluczowe znaczenie dla jej zdolności do poszerzania 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 znaczne 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 strony internetowe Grupy w ramach takich kampanii mogą nie dokonywać zakupów zgodnie z oczekiwaniami. Ponadto zmiany w algorytmach wyszukiwarek, które mają miejsce regularnie, lub warunkach świadczenia usług mogą spowodować wykluczenie stron internetowych Grupy z wyników wyszukiwania lub obniżenie ich pozycji w tych wynikach.

Wszystkie opisane powyżej czynniki ryzyka związane z utrzymaniem silnej marki odnoszą się w równym stopniu do wejścia Grupy z marką Allegro na rynek czeski i jej planów wejścia na kolejne rynki CE-5 w przyszłości. Nie można zagwarantować, że Grupie

uda się zbudować w tych krajach równie silną markę jak w Polsce, co może prowadzić do zmniejszenia przewagi konkurencyjnej Grupy i pogorszenia wyników finansowych w dłuższej perspektywie.

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 nadszarpnięty przez niepochlebne 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 921,5 mld PLN w 2023 r. do 1 250,6 mld PLN w 2027 r., a rynek handlu internetowego w Polsce, który nadal pozostaje niedostatecznie spenetrowany w porównaniu z wieloma rynkami w innych krajach, będzie rósł w tempie 9,9% CAGR z 135,8 mld PLN w 2023 r. do 197,9 mld PLN w 2027 r.

Choć czeski rynek detaliczny jest nieco bardziej spenetrowany pod względem udziału segmentu e-commerce (17,7% w 2023 r., według Euromonitor), prognozuje się, że czeski handel detaliczny online wzrośnie w tempie 7,3% CAGR z 242,5 mld CZK w 2023 r. do 321,5 mld CZK w 2027 r. W innych krajach, w których Mall prowadzi działalność (Słowacja, Węgry, Słowenia i Chorwacja), gdzie rynek detaliczny pozostaje znacznie mniej spenetrowany niż w Polsce (łączny udział w e-commerce na poziomie 8,0% w 2023 r., według Euromonitor), prognozuje się, że sprzedaż detaliczna online będzie rosła w tempie 9,5% CAGR w latach 2023-2027, oferując tym samym dalszy potencjał wzrostu w przyszłości.

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.

[1] Dane Euromonitor dotyczące handlu detalicznego w Polsce, opublikowane w lutym 2024 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 OSIĄGNIJE JAKIKOLWIEK WZROST.

Grupa prowadzi działalność w Polsce i krajach CE-5, w związku z czym sytuacja makroekonomiczna w Polsce i w szerszym regionie Europy Środkowo-Wschodniej ma istotny wpływ na działalność, sytuację finansową oraz wyniki operacyjne Grupy. Sytuacja gospodarcza w Polsce i 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, redystrybucja dochodów oraz regulacje i wpływanie na podaż pieniądza, stopy procentowe, kursy walutowe i rynek pracy. Na sytuację gospodarczą w Polsce i krajach CE-5 wpływa również sytuacja demograficzna, warunki makroekonomiczne w Europie i na świecie oraz napływ środków z Unii Europejskiej.

Chociaż środki związane z lockdownem wprowadzonym w następstwie wybuchu pandemii COVID-19 przyczyniły się do wzrostu popytu w segmencie e-commerce, przedłużające się spowolnienie gospodarcze w Polsce i krajach CE-5 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 od 2022 r., a wszystkie ograniczenia zostały zniesione w Polsce i krajach CE-5, nie można przewidzieć, czy rządy w Polsce i krajach CE-5 będą w stanie uniknąć wprowadzania w przyszłości ograniczeń w handlu detalicznym w Polsce i krajach CE-5, 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, przedłużająca 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 paropodatków (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, jak również w 2023 r. kontynuował wdrażanie środków mających na celu ochronę 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 gospodarstw domowych w Polsce i krajach CE-5, w tym konsumentów obsługiwanych przez Grupę, jest silnie skorelowana ze stopą bezrobocia oraz wzrostem realnych wynagrodzeń. Wzrost stopy bezrobocia w Polsce i/lub 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.

Jakkolwiek pogorszenie sytuacji gospodarczej w Polsce i regionie CE-5 może mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

POTENCJALNE RYZYKO I NIEPEWNOŚĆ WYNIKAJĄCE Z INWAZJI NA UKRAINĘ I INNYCH OBECNYCH LUB POTENCJALNYCH KONFLIKTÓW ZBROJNYCH NA ŚWIECIE 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 niewielu dostawców z Ukrainy i do tej pory nie odnotowała znaczących zakłóceń w ich zdolności do wypełniania zobowiązań umownych.

Grupa nie może jednak zapewnić, że bardziej rozległe konsekwencje konfliktu dla gospodarki w Polsce i pięciu krajach Europy Środkowej, w których Grupa 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, mogą wywołać dodatkową presję inflacyjną i erozję dochodów rozporządzalnych u nabywców Grupy, co może mieć negatywny wpływ na wzrost GMV.

W przypadku eskalacji konfliktu zbrojnego poza Ukrainę, w tym potencjalnego zaangażowania NATO i możliwości konfliktu zbrojnego na terytorium Polski lub terytorium krajów CE-5, nie można wykluczyć, że może to mieć istotny negatywny wpływ na gospodarkę, konsumentów, sprzedawców i ich łańcuchy dostaw oraz kluczowych dostawców Grupy. Uszkodzenia majątku materialnego Grupy lub redukcja dostępnej siły roboczej mogą dodatkowo ograniczyć zdolność Grupy do świadczenia usług w obecnym zakresie. Każdy z tych czynników lub wszystkie te czynniki mogą mieć istotny niekorzystny wpływ na gospodarkę i konsumentów na kluczowych rynkach Grupy lub na kluczowe aktywa biznesowe Grupy, a w rezultacie mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

Ponadto każdy potencjalny nowy konflikt zbrojny lub eskalacja istniejących konfliktów może doprowadzić do zakłócenia w łańcuchach dostaw, negatywnie wpłynąć na gospodarkę i konsumentów oraz mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

JEŻELI GRUPA NIE BĘDZIE W STANIE UTRZYMAĆ I STALE PODNOSIĆ POZIOMU ZADOWOLENIA UŻYTKOWNIKÓW Z PLATFORMY ALLEGRO, ZARÓWNO W POLSCE, JAK I NA RYNKACH CE-5, 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 poda-

wać 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.

Te czynniki decydujące o sukcesie w zakresie doświadczenia użytkownika mają charakter uniwersalny i prawdopodobnie będą miały zastosowanie na każdym z rynków, na których Grupa zdecydowała się wdrożyć platformę handlową Allegro, a także w Polsce.

GRUPA MOŻE NIE BYĆ W STANIE REALIZOWAĆ Z POWODZENIEM SWOICH CELÓW STRATEGICZNYCH ZAWARTYCH W SIEDMIU 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 wpłynąć 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 2023 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 dogodnie 2x0% (dla użytkowników SMART!), 3, 5, 10 lub 20 miesięcznych rat, zapewniając Aktywnym Kupującym większą elastyczność finansową oraz bezpieczniejsze i łatwiejsze zakupy w sieci.

Skutki finansowe i operacyjne wprowadzenia Allegro Pay dla Grupy zależą od szeregu istotnych czynników, w tym od skutecznego zarządzania ryzykiem kredytowym 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, nawet w stosunkowo słabym otoczeniu gospodarczym obecnym w Polsce w 2023 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 2023 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 (ustawa o zamrożeniu numeru PESEL) oraz nowelizacja dyrektywy w sprawie kredytu konsumenckiego (CCD2). 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 osiągnięcie zysków z oferowanego przez nią produktu finansowania konsumenckiego.

W 2023 r. Grupa kontynuowała współpracę z Aion Bankiem („Aion”) na podstawie zawartej w 2021 r. Umowy Sprzedaży Wierzytelności („RPA”), dotyczącej nabycia przez Aion wierzytelności z tytułu pożyczek konsumenckich udzielonych przez Allegro Pay. Umowa RPA stworzyła ramy umożliwiające 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.

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 sprzedaży swojego 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. Alternatywnym rozwiązaniem

w zakresie zabezpieczenia finansowania działalności jest regularna i cykliczna sprzedaż wierzytelności dokonywana przez Allegro Pay. Jeśli Grupa stanie się zbyt uzależniona od jednego partnera w zakresie finansowania, może mieć trudności ze znalezieniem kolejnych partnerów i zdolnością do zaciągania zadłużenia, które umożliwiłyby jej dalszy rozwój na rozsądnych warunkach lub w ogóle.

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.

Grupa wprowadza nowe produkty w zakresie usług finansowych i 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 czerwcu 2023 r. Allegro Pay sp. z o.o. zawarła Umowę o współpracy pomiędzy Allegro Pay, Allegro sp. z o.o., 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 RPA. Vodeno jest spółką należącą do tej samej grupy kapitałowej co Aion, działającą jako podwykonawca Aion i dostawca określonych rozwiązań technicznych w branży IT. Na mocy Umowy o współpracy Aion świadczy określone usługi bankowe, w tym prowadzenie rachunków płatniczych i oszczędnościowych dla klientów dokonujących zakupów na platformie Allegro. Umowa o współpracy została zawarta na okres 5 lat z możliwością jej przedłużenia.

Model BaaS umożliwia Allegro Pay uruchomienie nowych produktów i usług finansowych, które są zarezerwowane dla podmiotów posiadających licen-

cję bankową (tj. konta oszczędnościowe i płatnicze). Współpraca z Aion, jako dostawcą BaaS i posiadaczem licencji bankowej, ułatwi spełnienie wymogów regulacyjnych.

W oparciu o model BaaS powstała nowa usługa finansowa o nazwie Allegro Cash. Allegro Cash to nowa metoda płatności na Allegro z opcją cash-back za dokonane zakupy. Aby skorzystać z Allegro Cash, klienci muszą założyć konto bankowe Allegro Cash w aplikacji Allegro, doładować je w dowolnym momencie i bezproblemowo używać go do wygodnych płatności, jednocześnie ciesząc się określonymi korzyściami w postaci cash-back. Rada uważa Allegro Cash za atrakcyjny sposób pozyskania możliwości dostarczania produktów i usług bankowych oraz stworzenia platformy do dalszej ekspansji Allegro. Grupa nie może jednak zapewnić, że ten nowo opracowany produkt i inne potencjalne nowe produkty zostaną dobrze przyjęte przez docelowych odbiorców, przyniosą oczekiwane stopy zwrotu z zainwestowanego kapitału, które były planowane w momencie zaangażowania się w rozwój produktu, ani że ryzyko kredytowe związane z tymi produktami nie pochłonie całości lub większości oczekiwanych zysków. Jakikolwiek znaczące gorsze niż zakładane wyniki uzyskane z istotnych produktów Allegro Pay mogą mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

W 2023 r. Allegro Pay wdrożyło środki mające na celu przygotowanie spółki do objęcia jej nadzorem Komisji Nadzoru Finansowego od 1 stycznia 2024 r. Zmiana ta wprowadza nowy poziom nadzoru regulacyjnego dla Allegro Pay. Nie możemy zapewnić, że regulacje, które KNF może zdecydować się wprowadzić w przyszłości, nie będą miały istotnego wpływu na zakres, koszt lub skalę działalności Allegro Pay w stosunku do obecnych planów 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! obejmuje

zarówno płatnych abonentów, 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 oczekiwanego 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, może spowodować wolniejszy od oczekiwanego wzrost z programu SMART!, jeżeli konsumenci Allegro wybraliby 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! w średnim okresie, 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 krajowych 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 pozyskiwaniem lokalizacji, montażem i eksploatacją automatów paczkowych, a także zabezpieczyła możliwości zaopatrzenia się w automaty paczkowe wysokiej jakości. Do końca 2023 roku liczba zainstalowanych automatów paczkowych przekroczyła 3 500 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, oraz alternatywnych metod dostawy.

Na dzień sporządzenia niniejszego Raportu InPost prowadzi zasadniczo największą sieć automatów paczkowych w Polsce. Od czasu rozpoczęcia przez Allegro inwestycji w swoje automaty paczkowe, inne firmy, takie jak Aliexpress, Orlen, DPD, Poczta Polska czy DHL ogłosiły plany wprowadzenia większej liczby automatów paczkowych w Polsce, a do końca 2023 r. niektórzy z tych nowych graczy rynkowych stworzyli sieci automatów paczkowych o rozmiarach porównywalnych do sieci Allegro. W rezultacie polski rynek automatów paczkowych staje się coraz bardziej konkurencyjny i nasycony, co może potencjalnie skutkować niższym od zakładanego wykorzystaniem istniejących automatów paczkowych Grupy, a także powolnym rozwojem sieci ze względu na nasiloną konkurencję o najlepsze lokalizacje automatów paczkowych.

Jeżeli Grupa nie zapewni wystarczającej liczby atrakcyjnych lokalizacji dla swoich automatów paczkowych, nie będzie w stanie właściwie zarzą-

dzać 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.

Nadrzędnym celem Allegro jest zapewnienie swoim aktywnym kupującym i sprzedawcom wysokiej jakości rozwiązań w zakresie dostaw. Aby osiągnąć ten cel, Allegro dąży do posiadania możliwości wyboru pomiędzy usługodawcami w zakresie dostaw, własnymi rozwiązaniami, takimi jak sieć automatów paczkowych, aby móc zapewnić niezbędną szybkość, niezawodność i koszty usług, co pozwoli jej konkurować z innymi uczestnikami rynku e-commerce. Ponieważ wybór dostawców automatów paczkowych jest coraz większy, coraz mniej oczywiste staje się, czy Grupa musi szybko rozwijać własną sieć automatów paczkowych, aby osiągnąć swoje

cele, przy czym Grupa nie może zagwarantować, że podjęte przez nią decyzje w tym zakresie okażą się właściwe.

Z jednej strony, presja konkurencyjna może również prowadzić do zwiększenia liczby dostawców skrytek obsługujących przesyłki Allegro i prowadzić do obniżenia cen przez istniejących dostawców. W rezultacie Grupa nie może zagwarantować, że jej istniejąca sieć automatów paczkowych kiedykolwiek rozrośnie się do skali, w której będzie w stanie osiągnąć samodzielny koszt poniżej poziomu cen rynkowych i osiągnąć samodzielny zysk, chociaż ogólny koszt dofinansowanej dostawy dla programu SMART może jeszcze ulec zmniejszeniu ze względu na niższe ceny rynkowe. Z drugiej strony, jeśli firma zdecyduje się przyspieszyć rozwój sieci, aby osiągnąć samodzielną rentowność, opisane powyżej ryzyka związane z rozwojem sieci automatów paczkowych pozostają aktualne, inwestycje kapitałowe i straty początkowe mogą w najbliższym czasie znacznie wzrosnąć, a długoterminowe korzyści w zakresie rentowności dzięki osiągnięciu trwałych obniżek cen od alternatywnych dostawców mogą w dalszym ciągu być obciążone niepewnością.

-Inwestycja we własny potencjał w zakresie dostaw

W 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. spółka została połączona z Allegro i przemianowana na One Kurier, a jej posiadanie daje Grupie możliwość realizacji dostaw tego samego dnia oraz świadczenia usług odbioru i dystrybucji. Możliwość te są wykorzystywane do obsługi konkretnych przypadków zastosowań w ramach tysięcy zadań dystrybucyjnych podejmowanych każdego dnia w celu obsługi platformy handlowej, z których wszystkie były wcześniej realizowane przez zewnętrznych partnerów dystrybucyjnych Grupy. Rozszerzenie własnych możliwości Grupy w zakresie dostaw i możliwości oferowanych przez One Kurier prowadzi do zwiększenia stałych i zmiennych kosztów operacyjnych oraz wyższych inwestycji kapitałowych, podczas gdy korzyści wynikają głównie z uniknięcia kosztów zakupu równoważnych usług transportowych od dostawców zewnętrznych. Grupa nie może zagwarantować, że bieżące inwestycje w rozbudo-

wę One Kurier będą wystarczające, 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”). Przejęcie to stanowiło kamień milowy w procesie międzynarodowej ekspansji Allegro. Bazując na tym rozszerzonym zasięgu geograficznym, Grupa uruchomiła w maju 2023 r. swoją pierwszą międzynarodową platformę 3P Allegro w Czechach. Kolejne wdrożenia w poszczególnych krajach, w których Mall prowadzi działalność, są zaplanowane na lata 2024 i 2025, a uruchomienia te razem składają się na Priorytet Kierownictwa, jakim jest „Pomyślne wdrożenie modelu platformy handlowej 3P Allegro w innych krajach CE-5”. Jednocześnie Grupa Mall boryka się ze spadkiem przychodów w bardzo trudnej sytuacji w zakresie wydatków konsumenckich we wszystkich krajach, w których prowadzi działalność, co jak dotąd w znacznym stopniu osłabiło wysiłki Grupy zmierzające do poprawy marż operacyjnych, pomimo redukcji kosztów operacyjnych w ramach priorytetu Kierownictwa określanego jako „Poprawa sytuacji w zakresie działalności Mall w modelu 1P”. Pomyślna realizacja tych dwóch priorytetów Kierownictwa wiąże się z wieloma ryzykami, w tym 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, pociąga również 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 działalności gospodarczej, skutki zmian kursów walut, trudności w egzekwowaniu warunków umów, zapewnienie przestrzegania obowiązujących w Grupie standardów w zakresie zgodności z prze-

pisami 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: „Ryzyka związane z międzynarodową ekspansją Grupy”.

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

W 2023 r. jednym z siedmiu priorytetów Kierownictwa była realizacja obejmującej całą Grupę inicjatywy zwiększania wydajności, znanej pod nazwą „Zdolność do wzrostu”. Projekt ten bazował 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. W ramach programu „Zdolność do wzrostu” w 2023 r. osiągnięto znaczną redukcję kosztów i poprawę wskaźników wydajności pracowników. Trzeci filar dotyczący wyboru projektów rozwojowych oraz zwiększania wydajności i zwrotów z rozwoju oprogramowania został w znacznym stopniu zrealizowany, ale na dzień sporządzenia niniejszego raportu jego realizacja pozostaje w toku. Zespół projektu „Zdolność do wzrostu” został obecnie rozwiązany, a Grupa zamierza wdrożyć zdobytą wiedzę, zasady

i procedury opracowane w ramach projektu do swojej codziennej działalności. Kierownictwo nie może zapewnić, że realizacja dwóch pierwszych filarów zakończy się powodzeniem, ani że pełne wdrożenie trzeciego filaru doprowadzi do oczekiwanej poprawy efektywności finansowej inwestycji w nowe funkcjonalności oprogramowania. W takim przypadku korzyści płynące z projektu „Zdolność do wzrostu” w odniesieniu do marż operacyjnych, inwestycji kapitałowych i profilu wzrostu Grupy osiągnięte w 2023 r. mogą być jedynie przejściowe, a w przyszłości sytuacja ta może ulec odwróceniu. Co więcej, kontynuacja stosowania tych nowych polityk i procedur w dłuższej perspektywie może również 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. Jakikolwiek skutki uboczne tej większej koncentracji na wydajności mogą również spowodować istotne pogorszenie wyników finansowych i kondycji Grupy.

W PRZYSZŁOŚCI MOGĄ NASTĄPIĆ 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.

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. 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 OSIĄGNĄĆ 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 stawiał, 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 zwiększy 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 pozostawać 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 sztuczna inteligencja zmienia różne aspekty branży e-commerce – od optymalizacji wyników wyszukiwania i cen po obsługę klienta i koordynację logistyki dostaw. Biorąc pod uwagę nowych graczy na rynku e-commerce (np. firmy

azjatyckie z najnowocześniejszą architekturą technologiczną) i globalnych liderów (dysponujących wysokimi budżetami na badania i rozwój), którzy mogą być lepiej przygotowani do szybszego wykorzystywania nowych technologii (takich jak sztuczna inteligencja, SI) lub metod sprzedaży (takich jak grywalizacja), 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 naszą atrakcyjność 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 konkurowania pod względem cen z innymi kanałami dystrybucji wykorzystywanymi przez sprzedawców Grupy, w tym z innymi sklepami prowadzonymi przez 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 także inne kanały zamiast wystawiania produktów na platformie e-commerce Grupy. Wystąpienie którejśkolwiek 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 konkuro- waniu 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

Co więcej model biznesowy platform handlowych jest w coraz większym stopniu regulowany, co pociąga za sobą dodatkowe obowiązki w zakresie zapewnienia zgodności sprzedawców i towarów z obowiązującymi przepisami. Może to mieć wpływ na NPS sprzedawców, dostępność ofert na rynkach, na których działa Grupa, a także na międzynarodowych sprzedawców korzystających z platformy Allegro.

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. Grupa projektuje swoje narzędzia zarządzania cenami w taki sposób, aby były one zgodne ze wszystkimi obowiązującymi przepisami, a w szczególności z dyrektywą „Omnibus” w sprawie informowania o obniżkach. Stopień zgodności z tymi przepisami, szczególnie w przypadku uczestników segmentu e-commerce z siedzibą poza UE, jest nierównomierny i może stanowić dla nich przewagę w zakresie percepcji cen w związku z nierównymi warunkami konkurencji, w przypadku gdy przepisy UE nie są odpowiednio egzekwowane. 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 któregoś 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 konkurowania 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 możliwość 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 w dalszym ciągu obserwować zwiększony poziom odpływu pozostałych osób z tej grupy. 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 (którzy mogą być reprezentowani przez związek zawodowy utworzony w Allegro w 2023 r.) 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

w 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 któregośkolwiek 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 skrzytek 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. Na przestrzeni ostatnich kilku lat w Polsce uruchomiono kilka nowych sieci w segmencie automatów paczkowych. Niektóre z sieci automatów paczkowych stanowiących alternatywę dla istniejącej od wielu lat sieci Inpost znajdują się wciąż na wczesnym etapie rozwoju i dysponują zróżnicowanym dostępem do zasobów finansowych niezbędnych do wzrostu i skutecznego konkurowania, przez co trudno jest przewidzieć przyszły rozwój konkurencyjnych opcji dostępnych dla Grupy. InPost jest największym dostawcą automatów paczkowych w Polsce. Grupa zawarła długoterminową umowę ramową z InPost na dostarczanie przesyłek do paczkomatów. Umowa ta obowiązuje do 2027

roku, a w ostatnim czasie Grupa zwiększała zakres współpracy z Inpost i była w stanie wynegocjować rabaty w stosunku do umowy długoterminowej na rok kalendarzowy 2024. Tym niemniej, dostępne warunki współpracy po dacie wygaśnięcia długoterminowej umowy ramowej z Inpost w 2027 r. są obciążone dużą niepewnością i mogą mieć istotny wpływ na długoterminowe wyniki finansowe Grupy. Ewentualne przyszłe ograniczenie współpracy z Inpost lub podwyżki opłat za usługi mogą wpłynąć na atrakcyjność tej opcji dostawy. Może to mieć negatywny wpływ 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.

RYZIKO ZWIĄZANE Z DZIAŁANAMI WYSZUKIWAREK INTERNETOWYCH.

Widoczność ofert Ceneo w wyszukiwarkach internetowych jest istotna dla przyciągnięcia ruchu na stronę tej porównywarki. Każde działanie operatorów wyszukiwarek internetowych mające na celu ograniczenie widoczności ofert z Ceneo lub prezentowanie własnych porównywarek cen zamiast kierowania ruchu do Ceneo może wpłynąć na ruch na Ceneo i w konsekwencji spowodować spadek jego przychodów. Skala takiego spadku mogłaby zależeć od nasilenia działań operatorów wyszukiwarek internetowych.

Od sierpnia 2023 r. zaobserwowano, że nastąpiły pewne zmiany w algorytmach najpopularniejszej wyszukiwarki internetowej, a także w sposobie wyświetlania wyników wyszukiwania. Mogą one skutkować zmniejszeniem prawdopodobieństwa

skorzystania przez użytkownika ze strony internetowej Ceneo, co może przełożyć się na spadek liczby wyświetleń i współczynnika klikalności („CTR”) na witrynie Ceneo. W konsekwencji może to spowodować ograniczenie widoczności Ceneo wyłącznie do jego ofert z platformy handlowej.

Wynik zaobserwowanych zmian w algorytmach wydaje się podobny do wyniku wdrożenia Google Shopping, który został uznany przez Komisję Europejską za samoreferencyjny i zakazany jej decyzją w 2017 roku. Ponieważ Google odwołał się od tej decyzji, oczekuje się, że Sąd Najwyższy UE wyda w tym roku ostateczne orzeczenie, podtrzymujące decyzję KE. Taka ostateczna decyzja będzie stanowić mocną podstawę prawną dla poszkodowanych stron do ubiegania się o stosowne odszkodowanie.

RYZIKO ZWIĄZANE ZE STOPNIOWĄ MIGRACJĄ W KIERUNKU WYSZUKIWANIA PRODUKTOWEGO NA PLATFORMIE HANDLOWEJ ALLEGRO.

Od momentu powstania Allegro prawie 25 lat temu, konsumenci przeszukiwali platformę Allegro przeglądając konkurencyjne oferty sprzedawców, przy czym oferty nie były grupowane systematycznie pod kątem konkretnych produktów. Z biegiem czasu, wraz z pojawieniem się coraz większej liczby sklepów internetowych, konsumenci przyzwyczaili się do wyszukiwania w oparciu o katalog produktów, co jest łatwiejsze w przypadku niektórych rodzajów zakupów. W ostatnich latach Grupa odpowiedziała na ten trend, tworząc katalog produktów, z którym sprzedawcy łączą swoje oferty. Umożliwia to konsumentom wyszukiwanie według konkretnego produktu, grupując wszystkie oferty sprzedawców dla tego produktu, jako alternatywę dla wyszukiwania ofert na podstawie słów kluczowych. Grupa szacuje, że do końca 2023 r. około 40% wyszukiwań będzie przeprowadzanych przy użyciu produktowych ścieżek zakupowych, które wykorzystują katalog produktów Grupy. Projektowanie wyszukiwania i doświadczenia użytkownika w celu równoległej obsługi dwóch różnych ścieżek zakupowych zwiększa koszty i stopień złożoności, a kierownictwo Grupy przeprowadza szeroko zakrojone analizy i testy w tym zakresie, aby ocenić, czy z czasem należy przejść wyłącznie na produktowe podejście do dokonywania zaku-

pów. Tego rodzaju strategiczne posunięcie może być obciążone znacznym stopniem niepewności. W szczególności sprzedawcy mogą obecnie zwiększać widoczność swoich ofert poprzez korzystanie z usług reklamowych w celu wyróżnienia swoich ofert obok list wyników wyszukiwania lub poprzez promowanie swoich ofert w górnej części listy ofert. Promocja oferty powoduje naliczenie dodatkowej opłaty za skuteczność, w przypadku gdy promowane oferty zostaną zakupione, a przychody z tego tytułu są uwzględniane we wskaźniku KPI Grupy „Średnia prowizja od sprzedaży”. Jeśli Grupa podejmie w przyszłości decyzję o ostatecznym przejściu na ścieżkę produktową lub ścieżkę ofertową, spowoduje to kompromisy w odniesieniu do koszyka przychodów z reklam i promocji, współczynników konwersji, zadowolenia klientów z doświadczeń użytkownika i kosztów ruchu zakupowego, przy jednoczesnym obniżeniu kosztów zarządzania i rozwijania dwóch równoległych doświadczeń zakupowych. Skutki finansowe tak poważnych zmian są bardzo trudne do precyzyjnego oszacowania i mogą prowadzić do nieoczekiwanych rezultatów, które mogą mieć istotny wpływ na ogólne wyniki finansowe platformy handlowej Allegro i Grupy.

PANDEMIA COVID-19, W TYM WYNIKAJĄCA Z NIEJ NIEPEWNOŚĆ GOSPODARCZA NA ŚWIECIE ORAZ ŚRODKI PODJĘTE W ODPOWIEDZI NA PANDEMIE, A TAKŻE INNE PRZYSZŁE POTENCJALNE PANDEMIE, KLĘSKI ŻYWIŁOWE 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. Poczynając od marca 2020 r. polskie władze podjęły liczne działania mające na celu powstrzymanie wirusa, takie jak zakazy i ograniczenia podróżowania, izolacje, kwarentanny oraz zamykanie przedsiębiorstw i miejsc pracy, wymóg zachowania dystansu społecznego, ograniczanie lub zakazywanie spotkań towarzyskich i imprez masowych. Po wprowadzeniu szeroko zakrojonego programu szczepień w Polsce i UE, na-

stało się złagodzenie kryzysu i stopniowe złagodzenie mechanizmów kontrolnych, aż do zniesienia wszystkich ograniczeń w marcu 2022 r. Grupa nie może jednak wykluczyć ryzyka, że niektóre ograniczenia mogą zostać ponownie wprowadzone w przyszłości w przypadku ponownego wystąpienia epidemii lub podobnych zdarzeń związanych z pandemią.

Pandemia COVID-19 skłoniła Grupę do wprowadzenia zmian w swoich praktykach operacyjnych. W szczególności wydłużenie okresu pracy w domu przez większość pracowników Grupy miało widoczny negatywny wpływ na ich wydajność. Choć kierownictwo zachęca pracowników do wydłużenia czasu pra-

cy w biurze, wiele osób preferuje pracę w domu, przy czym rynek zatrudnienia uległ zmianie, umożliwiając na wielu stanowiskach pracę w domu lub oferując hybrydowe modele pracy. Zapewnienie, by wszyscy pracownicy w przyszłości pracowali wyłącznie z biura może zatem okazać się niemożliwe, a to z kolei może negatywnie wpłynąć na tempo wzrostu wydajności lub innowacyjności w przyszłości. Ponadto Grupa nie może zagwarantować, że jej powierzchnie biurowe będą wykorzystywane w takim stopniu, jak pierwotnie przewidywano, ani że powierzchnie zwrócone na rynek wynajmu powierzchni biurowych znajdujących podnajemców po stawkach podobnych do stawek płaconych przez Grupę z tytułu umów najmu, o ile w ogóle zostaną one podnajęte.

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. = Możliwe jest 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 Raportu pozostaje on obciążony wysokim stopniem niepewności i nie jest możliwy do przewidzenia.

NIEUCZCIWE 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 ZMNIEJSZENIE 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 kontaktach. 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 powstrzymania. W miarę wzrostu sprzedaży na platformie e-commerce Grupy koszty eliminowania skutków nieuczciwych działań, w tym koszty zwrotu należ-

ności 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.

Program ochrony kupujących Grupy, Allegro Protect, 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 2023 r. termin spłaty całego zadłużenia brutto Grupy przypada na październik 2027 r., po przeprowadzonym przez Grupę refinansowaniu i przedłużeniu terminu spłaty wszystkich kredytów w ramach Umowy Kredytów Nadrzędnych („SFA”) o 24 miesiące.

Jeżeli w terminie zapadalności 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 2023 r. przypada do spłaty w październiku 2027 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 którejkolwiek 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, OPROGRAMOWANIA INFRASTRUKTURY BIUROWEJ, SIECI SPOŁECZNOŚCIOWYCH, KOMUNIKATORÓW DO KOMUNIKACJI Z UŻYTKOWNIKAMI I INNYCH PROCESÓW, A TAKŻE OD DOSTAWCÓW USŁUG INTEGRACYJNYCH W CELU POŁĄCZENIA WIELU SPRZEDAWCÓW Z PLATFORMĄ HANDLOWĄ.

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 porównywarke cen. Jakiegokolwiek przerwy w dostępności usług w chmurze mogłyby pogorszyć jakość doświadczeń użytkowników platform, na-

tomiast gwałtowny wzrost kosztów mógłby zmusić Grupę do zwiększenia inwestycji kapitałowych w celu ograniczenia zależności od usług opartych na przetwarzaniu w chmurze. Wielu sprzedawców decyduje się na wystawianie swoich ofert i produktów na Allegro, korzystając z usług pośrednictwa integratorów platform handlowych. Ewentualne problemy z dostępnością tych usług, zmiany ich warunków lub decyzje integratorów o preferowaniu innych platform względem Allegro mogą negatywnie wpłynąć na zdolność sprzedawców Allegro do prowadzenia sprzedaży na platformach Grupy. 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, lub ze sprzedawcami Grupy za pośrednictwem dostawców usług integracyjnych, mogłaby negatywnie wpłynąć na reputację Grupy i wywrzeć istotny niekorzystny wpływ na jej działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne.

GRUPA JEST UZALEŻNIONA OD SERWISÓW PRZELEWY24 I PAYU W ZAKRESIE PRZETWARZANIA WIĘKSZOŚCI 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 wywrzeć 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.

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

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 wpływać 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 przejściu 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. Postępy w realizacji niektórych z tych inicjatyw w ciągu

pierwszych siedmiu kwartałów posiadania Grupy były wolniejsze niż pierwotnie zakładano, częściowo z powodu nieoczekiwane głębokiego spadku popytu detalicznego spowodowanego kryzysem związanym z kosztami utrzymania obecnym w ostatnich dwóch latach na rynkach, na których działa Mall. Jeżeli Grupie ostatecznie nie uda się poprawić wyników działalności Mall w modelu 1P, lub jeśli będzie to trwało istotnie dłużej niż obecnie przewiduje Kierownictwo Grupy, 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 wzmoczonej 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 będzie bardziej istotne 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.

RYZYKA ZWIĄZANE Z MIĘDZYKRAJOWĄ EKSPANSJĄ GRUPY

RYZYKA ZWIĄZANE ZE STRATEGIĄ GRUPY POLEGAJĄCĄ NA PRZEKSZTAŁCENIU GRUPY MALL I WEJŚCIU (ŁĄCZNIE „PRZEJĘTE PODMIOTY” / „SEGMENT MALL”) ORAZ POPRAWIE ICH ROZWOJU I WYNIKÓW FINANSOWYCH, WRAZ Z WPROWADZENIEM PLATFORM HANDLOWYCH SEGMENTU ALLEGRO INTERNATIONAL WE WSZYSTKICH KRAJACH CE-5, W KTÓRYCH DZIAŁA GRUPA MALL.

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 zależy zarówno od czynników wewnętrznych, jak i zewnętrznych. Grupa zamierza z powodzeniem wprowadzić nowe platformy handlowe Allegro dostosowane do każdego z segmentów e-commerce w poszczególnych krajach CE-5, w których Mall prowadzi działalność, które razem utworzą nowy segment działalności Grupy, Allegro International. Równolegle Grupa dąży do skutecznego wdrożenia planów rozwoju w Przejętych podmiotach, pod nadzorem Grupy, w celu rozpoczęcia skutecznego działania jako sprzedawcy na nowych platformach handlowych Allegro, a także zmniejszenia złożoności operacyjnej i obniżenia kosztów jednostkowych w celu ograniczenia strat operacyjnych w Segmentie Mall i poprawy wyników operacyjnych Segmentu Allegro International. Czynniki zewnętrzne to zdarzenia, których wystąpienie jest niezależne od działań podejmowanych przez Grupę i których, pomimo dołożenia należytej staranności przy negocjowaniu i zobowiązaniu się do przejścia, Grupa może nie być w stanie w pełni przewidzieć lub nie być w stanie w pełni ograniczyć.

Czynniki wewnętrzne i zewnętrzne 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 marży, 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. W maju 2023 r. Grupa uruchomiła swoją platformę 3P w Czechach, a następnie w lutym 2024 r. na Słowacji, przy czym w przyszłości planowane jest jej wdrożenie w kolejnych krajach, w których działa Mall. Aby ten kluczowy cel był możliwy do zrealizowania, należy osiągnąć następujące założenia:

1. umożliwienie prawie 150 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
- lokalni sprzedawcy obecni na krajowych rynkach e-commerce, na których Grupa uruchamia swoje nowe platformy, mogą wystawiać swoje oferty i produkty w wolniejszym tempie niż przewiduje Grupa. Może to skutkować większymi niż przewidywano lukami w asortymencie lub wyższymi

średnimi kosztami dostawy i czasem dostawy ze względu na większe uzależnienie od transakcji transgranicznych

- 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.
- rynkowe ceny pozyskiwania ruchu internetowego w krajach CE-5 są generalnie wyższe niż w Polsce i chociaż Grupa przewiduje, że platforma handlowa będzie z czasem działać w sposób generujący przewagę kosztową w zakresie pozyskiwania ruchu w stosunku do innych uczestników rynku e-commerce, tak jak ma to miejsce w Polsce, Grupa nie może zagwarantować, że nastąpi to w pełnym zakresie lub w ogóle. Brak znaczącego obniżenia kosztów pozyskiwania ruchu w kolejnych latach po uruchomieniu każdej z platform handlowych może mieć istotny negatywny wpływ na marżę i przepływy pieniężne Grupy.

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, z których pierwsza została już uruchomiona 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 marże 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 marże 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 przejęcia 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 przejęcia. 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 przejęcia.

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 przejęcia Grupy Mall mogą być niższe niż obecnie zakładane.

Pogorszenie się warunków gospodarczych w krajach CE-5 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.

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 konsumenckie, 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. 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 jakkolwiek aspekt realizacji transakcji stanie się przedmiotem sporu. Koszty takiego postępowania sądowego i ewentualne niekorzystne rozstrzygnięcia mogą mieć istotny negatywny wpływ finansowy na Grupę lub jej działalność.

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 DZIAŁANIAMI 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 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 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.

Grupa może również wystąpić z roszczeniem odszkodowawczym przeciwko spółce, na którą Komisja Europejska nałożyła grzywnę za naruszenie prawa antymonopolowego, jeżeli decyzja Komisji Europejskiej zostanie utrzymana w mocy przed Trybunałem Sprawiedliwości Unii Europejskiej. Ostateczny wynik takiego potencjalnego roszczenia jest jednak na tym etapie nieznany.

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 wiążą 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

[1] CE-5: Croatia, Czechia, Hungary, Slovakia, Slovenia

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 zwrócony, a decyzja jest już prawomocna. Sprawa prowadzona w Warszawie wciąż 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 użytkownikom 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.

RYZYKA ZWIĄZANE Z UZNANIEM ALLEGRO I CENEO ZA SPÓŁKI REGULOWANE NA MOCY PRZEPISÓW AKTU O USŁUGACH CYFROWYCH.

Po przyjęciu Aktu o usługach cyfrowych w październiku 2022 r., który obowiązuje od lutego 2024 r., różne spółki z Grupy Allegro będą podlegać szeregowi nowych obowiązków prawnych w zakresie zwalczania nielegalnych treści (mechanizm zgłaszania i działania, zaufane podmioty sygnalizujące), przejrzystości (w tym w zakresie rekomendacji i reklam, moderowania treści, zautomatyzowanego podejmowania decyzji), weryfikacji sprzedawców (identyfikowalności) oraz obowiązków sprawozdawczych wobec właściwych organów krajowych i Komisji Europejskiej. Obowiązywać będą 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, który będzie nadzorował działalność Grupy. Ponadto niektóre postanowienia DSA będą egzekwowane przez inne organy, w tym Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Stanowi to ważny kamień milowy, ponieważ spółki Grupy Allegro staną się spółkami regulowanymi i będą z natury bardziej narażone na kontrole regulacyjne, niepewność prawną związaną z interpretacjami nowych przepisów i sankcje.

BRAK SPÓJNOŚCI WE WDRAŻANIU PRAWA UE W KRAJACH, W KTÓRYCH GRUPA 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. Choć 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 udzielania 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 (np. publikowania poprawek bezpieczeństwa) ani do zapewniania wsparcia i nie zawierają umów SLA (umowy o gwarantowanym poziomie usług). 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.

WYKORZYSTANIE SZTUCZNEJ INTELIGENCJI MOŻE ZWIĘKSZYĆ RYZYKO GRUPY W RÓŻNYCH ASPEKTACH.

Wykorzystanie zalet sztucznej inteligencji może przynieść firmie wiele korzyści (np. automatyzację procesów) oraz zapewnić klientom i partnerom wyższą jakość i ogólnie lepszy poziom usług. Jednak korzystanie ze sztucznej inteligencji może generować znaczące ryzyko prawne, które należy uwzględnić w wynikach Grupy, m.in.:

- Dane wyjściowe generowane przez sztuczną inteligencję mogą naruszać prawa własności intelektualnej osób trzecich, a Grupa lub jej spółki mogą zostać pozwane o odszkodowanie – przy czym możliwe są również inne roszczenia, np. o zaprzestanie naruszeń, wymuszenie publicznych przeprosin itp.
- Treści tworzone przez sztuczną inteligencję nie posiadają praw własności przypisanych do kogośkolwiek, co może skutkować nieprzewidywalnymi w danym momencie konsekwencjami i podważa „własność” takich treści przez Grupę oraz możliwość prawnego kontrolowania takich treści.
- Dane wyjściowe generowane przez sztuczną inteligencję mogą zawierać treści niestosowne, nieetyczne lub niezgodne z prawem, co może skutkować poniesieniem przez firmę konsekwencji, m.in. prawnych lub PR-owych.
- Dane wyjściowe tworzone przez sztuczną inteligencję mogą być nieprawdziwe i wprowadzające w błąd oraz wymagają znaczącej i istotnej kontroli, i nadzoru ze strony człowieka, ponieważ niezdolność do wykrycia jakichkolwiek problemów, błędów lub kontrowersji w danych wyjściowych sztucznej inteligencji może prowadzić m.in. do powstania roszczeń ze strony użytkowników i partnerów, co może zaowocować pozwami sądowymi i koniecznością wypłaty odszkodowania.
- Obecnie nie istnieje obowiązujące prawo w zakresie sztucznej inteligencji i może się okazać, że w momencie jego powstania, sposób wykorzystania sztucznej inteligencji w Grupie może być z nim niezgodny i konieczne będzie poniesienie dodatkowych nakładów finansowych w celu dostosowania się do przyszłych wymogów prawnych.
- Korzystanie przez pracowników z różnych niezwyfikowanych systemów sztucznej inteligencji, zwłaszcza w modelu SaaS, może prowadzić do wycieku danych wrażliwych i osobowych, a także tajemnic handlowych.
- Należy zwrócić szczególną uwagę na to, jakie dane wejściowe są przekazywane do serwisów sztucznej inteligencji, ponieważ serwisy te mogą wykorzystywać poufne lub wrażliwe dane do własnych szkoleń lub nie można wykluczyć wycieku takich danych, co może spowodować poważne problemy związane z poufnością i odpowiedzialnością prawną 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 i ochrony własności firmy, regulacje dotyczące odpowiedzialności społecznej oraz regulacje dotyczące dostawców i know-how. Grupa ustanowiła złożony proces weryfikacji w zakresie doboru dostawców, którego zakres zależy od rocznych obrotów. W najbardziej ryzykownych przypadkach (najwyższe obroty) 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 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 skutkiem 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 polityk 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 przynoszących 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 ładu 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 wszczynanych 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.

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 nabeżdą 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 współistnienie 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 usług Grupy na rynek tego kraju, w tym opracowania 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 przeznaczenia 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, zaniebdanie lub inne roszczenia oparte na charakterze i treści materiałów rozpowszechnianych za pośrednictwem platform Grupy, w szczególności materiałów rozpo-

wszechnianych 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.

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 w związku z naruszeniem, przywłaszczeniem lub pogwałceniem praw własności intelektualnej lub praw własności Grupy lub ustalić 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.

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, krajowy system e-faktur w Polsce) 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 grzywny 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 re-

gulacji 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 indywidualne 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 należytego 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 ceł), 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 perspektywy 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). W związku z powyższym od lipca 2016 r. wszelkie odniesienia do polskich przepisów podatkowych, w tym na potrzeby niniejszego Raportu, uwzględniają klauzulę GAAR.

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 zawieszona 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.

Ponieważ przepisy te są dość ogólne i niejasne, Ministerstwo Finansów pracuje nadal nad oficjalnymi wyjaśnieniami, które są opóźnione od ponad dwóch lat i mają się ukazać w 2024 r. Brzmienie uwag będzie miało kluczowe znaczenie dla zrozumienia koncepcji beneficjenta rzeczywistego.

Nowe zasady mają zastosowanie do wypłat odsetek i dywidend w ramach Grupy, jednak w grudniu 2023 r. Allegro uzyskało tzw. opinię o stosowaniu zwolnienia / preferencji z urzędu skarbowego potwierdzającą, że w odniesieniu do odsetek wypłacanych akcjonariuszowi nowy mechanizm wypłaty i zwrotu nie ma zastosowania, a Allegro może zastosować preferencję wskazaną w polskiej ustawie o CIT (tj. zwolnienie z podatku u źródła). Opinia ta chroni Allegro do grudnia 2026 roku. Ponadto Allegro uzyskało zwrot podatku zapłaconego przed wydaniem opinii o stosowaniu zwolnienia za 2022 r. i I półrocze 2023 r. W odniesieniu do podatku u źródła zapłaconego przez Allegro za III kwartał 2023 r. (tj. 25 mln PLN), Ceneo.pl (tj. 0,3 mln PLN) i Allegro Pay (tj. 6,7 mln PLN), Kierownictwo uważa, na podstawie porad otrzymanych od doradcy podatkowego Grupy, że podatek ten będzie również kwalifikował się do zwrotu i zostanie odzyskany. Kierownictwo nie może jednak zagwarantować, że organy podatkowe zastosują takie samo podejście w odniesieniu do wspomnianych przypadków zwrotu. Potencjalna odmowa zwrotu podatku u źródła, jeśli miałyby miejsce w przyszłości, może mieć negatywny wpływ na sytuację finansową Grupy poprzez zwiększenie kosztów finansowania zewnętrznego.

POZOSTAŁE PRZEPISY DOTYCZĄCE PODATKÓW I SPRAWOZDAWCZOŚCI MAJĄCE ZNACZENIE

DLA ALLEGRO

W 2023 r. przyjęto projekt ustawy o Krajowym Systemie e-Faktur (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 miał być obowiązkowy od 1 lipca 2024 r., ale proces wdrażania został wstrzymany przez Ministerstwo Finansów po zmianie polskiego rządu pod koniec 2023 r., a nowa data uruchomienia ma zostać podana w kwietniu/maju 2024 r. Dlatego 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 proces legislacyjny jest wciąż na wczesnym etapie. Wdrożenie dyrektywy DAC7 będzie oznaczało szeroki zakres zmian technologicznych i sprawozdawczych w Allegro, a także będzie wymagało proaktywnej komunikacji z tymi sprzedawcami, którzy mogą nie chcieć przekazywać Allegro danych wymaganych przez DAC7.

Nieprzekazanie danych organom podatkowym może skutkować nałożeniem na Allegro kar finansowych. Pierwsze raporty mają zostać sporządzone do 31 grudnia 2024 r. za 2023 r. (retrospektywnie) i do 31 stycznia 2025 r. za 2024 r., jednak ostateczny kształt ustawy i terminy spełnienia wymogów lub składania raportów nie są jeszcze znane. Co ważne, Allegro, jako spółka z siedzibą w Polsce, będzie podlegała polskim organom podatkowym (dla allegro.pl, allegro.cz itp.).

Należy również zauważyć, że Ministerstwo Finansów planuje wprowadzenie rocznej sprawozdawczości SAF-T w zakresie podatku dochodowego od osób prawnych od 2025 r. (tj. pierwszy raport ma być opublikowany w roku 2026 za cały rok 2025). 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. Należy również zauważyć, że Ministerstwo Finansów planuje wprowadzenie rocznej sprawozdawczości SAF-T w zakresie podatku dochodowego od osób prawnych od 2025 r. (tj. pierwszy raport ma być opublikowany w roku 2026 za cały rok 2025). Z założenia I Filar ma zastąpić konieczność stosowania podatków DST.

W ramach negocjacji I Filaru kraje, które wdrożyły DST lub podobny środek, zawiesiły te podatki do końca 2024 r. 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. Termin wprowadzenia filaru I jest nieznany i zależy od jego akceptacji przez odpowiednią liczbę jurysdykcji. W październiku 2023 r. OECD opublikowała Wielostronną konwencję w sprawie wdrożenia kwoty A filaru I; nie jest ona jednak jeszcze dostępna do podpisu, ponieważ termin negocjacji nie został przedłużony do czerwca 2024 r.

II filar ma na celu zapewnienie opodatkowania dochodu według odpowiedniej stawki i posiada kilka skomplikowanych mechanizmów zapewniających zapłatę tego podatku – ma on na celu nałożenie na spółki o skonsolidowanym obrocie grupy powyżej 750 mln EUR obowiązku zapłaty podatku wyrównawczego, tak aby efektywna stawka podatkowa grupy w danej jurysdykcji nie była niższa niż 15%. Działalność Grupy prowadzona jest w krajach o wysokich podatkach, z wyjątkiem Węgier, gdzie stawka podatku dochodowego od osób prawnych wynosi 9%. Zasady te są złożone i będą wymagać istotnych nowych form danych finansowych. UE wdrożyła już II filar poprzez dyrektywę Rady (UE) 2022/2523, która weszła w życie 23 grudnia 2022 r. i nałożyła na państwa członkowskie obowiązek transpozycji tych przepisów do prawa krajowego do 31 grudnia 2023 r. Polska nie dotrzymała terminu transpozycji i planuje wdrożenie dyrektywy w 2024 roku. Na dzień sporządzenia niniejszego raportu, po przeanalizowaniu uchwalonych przepisów wraz z doradcami i odnotowaniu opóźnień we wdrażaniu w niektórych krajach, w których Grupa prowadzi działalność, w szczególności w Polsce, Grupa nie jest w stanie określić, czy przepisy dotyczące II filaru będą miały istotny wpływ na ogólną efektywną stawkę podatkową Grupy. Zmaterializowanie się tego ryzyka może prowadzić do znaczących dodatkowych wpływów podatkowych w przyszłości i pogorszenia sytuacji finansowej Grupy.

Należy również zauważyć, że w 2022 r. na szczeblu UE 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). Prace nad tą dyrektywą wciąż trwają, a jej ostateczny zakres nie został jeszcze ustalony. Jednak w obliczu zbliżających się wyborów do Parlamentu Europejskiego oczekuje się, że zakres dyrektywy zostanie ograniczony.

W 2023 r. opublikowano wniosek dotyczący zmiany Unijnego Kodeksu Celnego (UKC). Jest on w dużym stopniu powiązany z propozycją ViDA i dlatego zarówno na poziomie UE, jak i państw członkowskich podejmowane są wysiłki w celu jak największego ujednoczenia obu propozycji pod względem korelacji zakresu i przyszłego wdrożenia.

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 okresem po pandemii COVID-19 i kryzysem gospodarczym. 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.

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 któregośkolwiek z tych zdarzeń, samodzielnie lub łącznie, może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

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 WNIKLIWEJ 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 zakwestiono-

wać zgodność 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 nieade-

kwatne, 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 uzyskania 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.

WYKŁADNIA 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 zastosowa-

nie 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 MOGĄ PRZEPROWADZAĆ KONTROLE PODATKOWE W SPÓŁKACH GRUPY, KTÓRE MOGĄ WIĄZAĆ 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.

Obecnie niektóre podmioty w Grupie w krajach CE-5 są przedmiotem kontroli podatkowej. 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 rezerw 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

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. Prawo podatkowe i administracja podatkowa są złożone i często wymagają od

nieprzekraczającej 150 EUR, sprzedawanych na platformie przez sprzedawców z Polski, UE i spoza UE. 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.

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. *alises, this could have a material adverse effect on the Group's reputation, business, financial condition and results of operations.*

GRUPA MIERZY SIĘ Z RYZYKIEM ZAKWESTIONOWANIA JEJ AKTYWNOŚCI I/ LUB TRANSAKCJI W WYBRANYCH OBSZARACH W OPARCIU O KLAUZULĘ OGÓLNOŚĆ 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 prowadzi rzeczywistej działalności gospodarczej lub 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.

W Polsce 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.

W Republice Czeskiej Allegro Retail a.s. stoi przed ryzykiem, że nie będzie w stanie ograniczyć świadczenia usług pocztowych wyłącznie do systemu B2B, ale będzie zobowiązane do świadczenia usług również w systemie B2C. Ponadto, zgodnie z czeskim prawem pocztowym, Czeski Urząd Telekomunikacyjny ma prawo upoważnić operatorów pocztowych do świadczenia usługi powszechnej w przypadku, gdy żaden operator pocztowy nie weźmie dobrowolnie udziału w przetargu na posiadacza licencji pocztowej. Wreszcie, nie możemy wykluczyć ryzyka, że w przyszłości Allegro Retail będzie zobowiązane do partycypowania w kosztach usługi powszechnej świadczonej przez Czeskiego Publicznego Operatora Poczтового. Nowelizacja czeskiego prawa pocztowego

znajduje się obecnie na początkowym etapie procesu legislacyjnego. Będziemy śledzić rozwój sytuacji w tym obszarze i w razie potrzeby aktualizować informacje na temat ryzyka.

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 sprzedać 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 którejkolwiek 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 2023 roku na poziomie krajowym i unijnym zakończono szereg procesów legislacyjnych mających znaczenie dla Grupy, które zostały opisane w Raporcie Rocznym za rok 2022. Obejmuje to między innymi ustawę o udostępnianiu danych między przedsiębiorstwami i między przedsiębiorstwami a władzami publicznymi (UE), ustawę o działalności lombardowej (PL), sprzedaż i oznakowanie napojów energetycznych (PL), laptopy dla uczniów i nauczycieli (PL), ustawę o odpadach i opakowaniach związanej z systemem kaucji i refundacji (PL), oferowanie i reklamowanie leków OTC (PL), dyrektywę w sprawie marketingu na odległość usług finansowych (UE), ustawę o zmianie niektórych ustaw w celu ograniczenia niektórych skutków kradzieży tożsamości (PL). W UE trwają również prace nad regulacjami dotyczącymi sztucznej inteligencji, zrównoważonego charakteru produktów i wiele innych. Obejmują one m.in. projekt pakietu VAT w epoce cyfrowej (UE), przegląd Unijnego Kodeksu Celnego (UE), projekt rozporządzenia w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych (UE), projekt rozporządzenia w sprawie ustawy o cyber odporności (UE), projekt dyrektywy w sprawie odpowiedzialności za produkt (UE), projekt ustawy o sztucznej inteligencji (UE), projekt dyrektywy w sprawie odpowiedzialności za sztuczną inteligencję (UE), ustawę o dochodzeniu roszczeń zbiorowych (PL), projekt rozporządzenia

w sprawie ekoprojektu dla zrównoważonych produktów (UE), projekt dyrektywy w sprawie wzmocnienia pozycji konsumentów w kontekście zielonej transformacji (UE), projekt dyrektywy w sprawie zielonych oświadczeń (UE), projekt ustawy w sprawie obowiązków platform internetowych w zakresie sprawozdawczości podatkowej, „DAC7” (UE), rozporządzenie ustanawiające ramy europejskiej tożsamości cyfrowej (UE), przepisy proceduralne dotyczące RODO – rozporządzenie (UE), dyrektywa i rozporządzenie w sprawie usług płatniczych (UE), rozporządzenie w sprawie dostępu do danych finansowych (UE); projekt dyrektywy w sprawie poprawy warunków pracy w platformach internetowych (UE).

Ponadto w 2023 r. opublikowano szereg projektów aktów prawnych, które będą miały ogólny wpływ na gospodarkę cyfrową i sektor e-commerce. Obejmują one między innymi dyrektywę w sprawie prawa do naprawy (UE), rozporządzenie w sprawie bezpieczeństwa zabawek (UE), zmianę dyrektywy ADR i uchylenie dyrektywy w sprawie internetowego systemu rozstrzygania sporów (UE), zmianę dyrektywy ramowej UE w sprawie odpadów (UE), rozporządzenie w sprawie opóźnień w płatnościach (UE). Rosnąca liczba przepisów związanych z handlem elektronicznym i gospodarką cyfrową zwiększa ryzyko przeoczenia odpowiednich przepisów i braku możliwości ograniczenia związanego z nimi ryzyka z odpowiednim wyprzedzeniem. 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. Ponadto w 2023 r. ogłoszono inicjatywę na rzecz sprawiedliwości cyfrowej (która przyjmie formę projektu dyrektywy dopiero pod koniec 2024 r. lub na początku 2025 r.), co będzie miało ogromne znaczenie dla AG.

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 akty 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), określanych 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.

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. Ponadto na Grupę, jako użytkownika biznesowego podstawowych usług platform pełniących rolę strażników dostępu, ma wpływ sposób, w jaki będą one spełniać wymogi DMA.

[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

Prace nad opublikowanym 30 czerwca przeglądem unijnej dyrektywy o kredycie konsumenckim^[1] zostały sfinalizowane. Nowa Dyrektywa 2023/2225^[2] wprowadza szereg dodatkowych wymogów w zakresie sprawozdawczości, obowiązków w zakresie informacji udzielanych przed zawarciem umowy, wymogów dotyczących reklamowania produktów pożyczkowych, dodatkowych obowiązków w zakresie oceny zdolności kredytowej oraz limitów stóp procentowych. Dotyczyć to będzie wszystkich kredytów konsumenckich bez względu na kwotę i okres kredytowania (usunięto kwoty minimalne, a także wyłączenie dla kredytów krótkoterminowych).

W październiku 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 zmianę procesu oceny zdolności kredytowej 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 oraz sankcje za niedopełnienie obowiązków wynikających z ustawy w po-

staci braku wymagalności roszczeń i nieważności sprzedaży wierzytelności. Biorąc pod uwagę zmiany wprowadzone w ramach procesu legislacyjnego, ostateczna wersja ustawy pozbawiona została najbardziej problematycznych zapisów.

Warto również nadmienić, że w lipcu 2023 roku rząd przedstawił ustawę o zmianie niektórych ustaw w związku z zapobieganiem kradzieży tożsamości. Ustawa ma na celu wzmocnienie ochrony przed nadużyciami wynikającymi z kradzieży danych, które umożliwiają jednoznaczny identyfikację osoby fizycznej. W szczególności dotyczy to ograniczenia skali zaciągania pewnych zobowiązań finansowych i majątkowych na podstawie skradzionych danych. Ustawa obejmuje swym zakresem spółki udzielające pożyczek (banki i firmy pożyczkowe). Allegro Pay przed zawarciem umowy o kredyt konsumencki będzie zobowiązane do każdorazowej weryfikacji numeru PESEL kredytobiorcy w nowo utworzonym rejestrze numerów PESEL (Powszechny Elektroniczny System Ewidencji Ludności). Spowoduje to 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.

[2] Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2023/2225 z dnia 18 października 2023 r. w sprawie umów o kredyt konsumencki oraz uchylająca dyrektywę 2008/48/WE.

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^[1]. Ostateczny tekst został przyjęty w dniu 10.05.2023 r.^[2] Rozporządzenie 2023/988 będzie obowiązywać od grudnia 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. Rozporządzenie będzie miał istotny wpływ na funkcjonowanie platformy handlowej Allegro, usługi fulfillment 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. Regulacja pierwotnie przewidywała wysokie kary finansowe (4% rocznego obrotu), jednakże w obecnej wersji pozostawiono państwom członkowskim możliwość ustanowienia skutecznych, proporcjonalnych i odstraszcających kar.

[1] 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).

[2] Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2023/988 z dnia 10 maja 2023 r. w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów, zmieniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1025/2012 i dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2020/1828 oraz uchylające dyrektywę 2001/95/WE Parlamentu Europejskiego i Rady i dyrektywę Rady 87/357/EWG.

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:** Technologiczne 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. Chociaż 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.

Prace nad częściową nowelizacją ogólnego rozporządzenia o ochronie danych w odniesieniu do współpracy między krajowymi organami ochrony danych przy egzekwowaniu ogólnego rozporządzenia o ochronie danych (RODO) w sprawach transgranicznych rozpoczęły się w lipcu 2023 r.

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 powiadamiania w celu niezwłocznego zawiadomienia 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 2022 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 zastosować 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 zatwierdzone 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, a także różnych innych ustaw i rozporządzeń na szczeblu krajowym i unijnym. Ochrona konkurencji jest prowadzona na szczeblu europejskim przez Komisję Europejską, a na szczeblu krajowym przez krajowe organy ochrony konkurencji – w Polsce przez Prezesa UOKiK. Krajowe organy ochrony konkurencji mają również prawo do bezpośredniego stosowania unijnego prawa konkurencji (art. 101 i 102 TFUE), jeżeli naruszenie wpływa na wymianę handlową między państwami członkowskimi UE. Polska ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów została znowelizowana w 2023 r. w związku z opóźnioną implementacją dyrektywy ECN+.

OCHRONA KONSUMENTÓW

W Polsce, 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 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.

Grupa może również być przedmiotem egzekwowania przepisów dotyczących ochrony konsumentów przez krajowe organy ochrony konsumentów w Czechach, na Słowacji, na Węgrzech, w Chorwacji, na Słowacji i na Słowenii, gdzie prowadzi swoją platformę i/lub działalność detaliczną.

POTENCJALNE SANKCJE ZA NARUSZENIE PRZEPISÓW O OCHRONIE KONKURENCJI I KONSUMENTÓW

W Polsce Prezes UOKiK może wydać decyzję i nałożyć na Grupę karę pieniężną w wysokości do 10% jej obrotu osiągniętego w roku poprzedzającym nałożenie kary za naruszenie polskiego (lub unijnego) prawa ochrony konkurencji oraz do 10% obrotu pojedynczego przedsiębiorcy za uznanie praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów lub 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. .

Umowy/postanowienia, które stanowią naruszenie, są nieważne w całości lub w odnośnej części.

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. Grupa może być również stroną powodową w takim postępowaniu. Aby zapewnić skuteczną egzekucję takich roszczeń, w ostatnich latach w całej Unii Europejskiej opra-

cowywano 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.

Nowe przepisy zostały wprowadzone w 2023 roku w następstwie implementacji dyrektywy ECN+. Mogą one mieć wpływ na Grupę, podobnie jak na każdą inną spółkę działającą na polskim rynku: możliwość nałożenia kar pieniężnych na organizacje przedsiębiorców (a w dalszej kolejności na członków organizacji przedsiębiorców) w przypadku stwierdzenia przez UOKiK, że ich członkowie zawarli zakazane porozumienie. Inne istotne zmiany to: zmiany w sposobie obliczania kar pieniężnych za naruszenia prawa antymonopolowego (pod uwagę może być brany obrót całej grupy kapitałowej), a także ograniczenie zakresu tajemnicy adwokackiej, które zostało wprowadzone pomimo silnych protestów przedsiębiorców, organizacji przedsiębiorców i korporacji adwokackich. Wreszcie, Prezes UOKiK ma teraz 5-letnią kadencję, przy czym obecny Prezes UOKiK, którego kadencja rozpoczęła się w 2023 r., jest pierwszym prezesem z tak długą kadencją.

Grupa może również być przedmiotem egzekwowania przepisów dotyczących ochrony konkurencji przez krajowe organy ochrony konsumentów w Czechach, na Słowacji, na Węgrzech, w Chorwacji i w Słowenii, gdzie prowadzi swoją platformę i/lub działalność detaliczną.

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 wdrożenie dyrektywy w sprawie dochodzenia roszczeń zbiorowych, która ma wzmocnić możliwość dochodzenia roszczeń konsumenckich, w szczególności zbiorowych, przez uprawnione organizacje konsumenckie. Co ważne, w związku z wejściem w życie Aktu o usługach cyfrowych (DSA) w dniu 17 lutego 2024 r., projekt ustawy wdrażającej niektóre przepisy DSA jest obecnie przedmiotem procesu legislacyjnego.

Ponadto, jak wyjaśniono w kolejnych punktach, na szczeblu UE omawianych jest wiele przepisów dotyczących ekologii/zrównoważonego rozwoju, których ostatecznym celem jest wzmocnienie ochrony konsumentów i które będą wymagały wdrożenia na szczeblu lokalnym w państwach członkowskich UE. W Polsce opóźnia się również wdrożenie ustawy o dostępności, która zwiększa m.in. dostępność usług online dla wykluczonych cyfrowo grup społecznych.

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 uczestniczyć 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.

[1] Wniosek dotyczący Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie poprawy warunków pracy za pośrednictwem platform internetowych; COM(2021) 762 wersja ostateczna.

WPROWADZANIE DO OBROTU I UŻYWANIE PREKURSÓW 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 prekursorów 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. Allegro Finance sp. z o.o. została po raz pierwszy zarejestrowana jako „mała instytucja płatnicza” („MIP”). W grudniu 2023 r. Komisja Nadzoru Finansowego („KNF”) udzieliła Allegro Finance licencji „krajowej instytucji płatniczej” („KIP”). Licencja KIP została opisana 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 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. KIP 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.

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 bezpośrednie 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 pieniądza 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)^[1]. 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. Ponadto mogą zostać wprowadzone pewne obowiązki związane z cyberbezpieczeństwem.

28 czerwca Komisja Europejska opublikowała pakiet dotyczący usług płatniczych, który obejmuje trzecią dyrektywę w sprawie usług płatniczych, rozporządzenie w sprawie usług płatniczych oraz rozporządzenie w sprawie dostępu do danych finansowych.

Nowelizacja dyrektywy w sprawie usług płatniczych (PSD3) – jednym z głównych celów tej propozycji jest wzmocnienie ram otwartej bankowości i zaostreżenie wymogów dotyczących uwierzytelniania klienta (SCA).

Mają one pośredni wpływ na instytucje płatnicze, na przykład w zakresie doświadczeń konsumentów. Zasady dotyczące udzielania zezwoleń instytucjom płatniczym zostały rozszerzone i obejmują wyższe wymogi kapitałowe, zasady dotyczące zabezpieczeń oraz udzielania i cofania zezwoleń dla instytucji płatniczych.

Rozporządzenie w sprawie usług płatniczych (PSR) wzmacnia istniejący wymóg przyznawania instytucjom płatniczym (IP), takim jak Allegro Finance, niedyskryminującego dostępu do systemów płatności i rachunków prowadzonych przez instytucje kredytowe. Zakres tego wymogu został rozszerzony, w związku z czym obejmuje on nie tylko proces onboardingu, ale również offboardingu IP oraz podmiotów będących w trakcie procesu uzyskiwania licencji. Koncentrują się one jednak głównie na kwestiach związanych z przeciwdziałaniem praniu pieniędzy i naruszeniami umów.

Ramy dostępu do danych finansowych (FIDA) ustanawiają prawa i obowiązki w zakresie zarządzania udostępnianiem danych klientów w sektorze finansowym wykraczających poza rachunki płatnicze. Chodzi o to, aby stworzyć równe warunki konkurencji między bankami a nowymi firmami fintech. Wniosek ma również na celu stworzenie zachęt do udostępniania danych poprzez alokację przychodów do dostarczania danych. Allegro znajduje się w obszarze oddziaływania tej propozycji, ponieważ instytucje płatnicze są postrzegane jako posiadacze danych. Oznacza to, że Allegro będzie musiało udostępniać dane klientom na ich żądanie i opracować system udostępniania danych dla klientów. Ponadto nie ma pewności co do tego, jakie dane muszą zostać uwzględnione. Zapisy zawarte we wprowadzeniu zarówno wyraźnie wykluczają dane z oceny zdolności kredytowej, jak i je uwzględniają, przy czym nie zawsze jest jasne, gdzie przebiega ta granica, zwłaszcza w odniesieniu do finansowania MŚP.

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 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^[1] i uchyli obecną dyrektywę w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych (Dyrektywa 94/62/

WE). Proponowane rozporządzenie przewiduje ujednoczenie 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 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 2023 r. kontynuowano prace legislacyjne nad wnioskiem, a także nad innymi wnioskami przedstawionymi w raporcie rocznym za 2022 r., w tym związanych z 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).

[1] 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.

[1] 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.

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.

Podjęcie do kwestii środowiskowych, społecznych i zarządczych

GRI 2-2, 2-3, 2-5

Od 2020 r. Grupa Allegro publikuje raporty roczne zawierające dane niefinansowe dotyczące zarządzania obszarem ESG (E – environment, czyli środowisko, S – social, czyli społeczeństwo, G – governance, czyli ład korporacyjny), tj. wpływu na środowisko, wpływu na społeczeństwo oraz wpływu na odpowiedzialne praktyki biznesowe i ład organizacyjny, w tym poszanowanie praw człowieka oraz przeciwdziałanie korupcji i nadużyciom.

Sprawozdanie Zarządu z działalności Allegro.eu w 2023 r. (zwane dalej Sprawozdaniem Zarządu) przedstawia kompleksowy obraz działalności, łączący wyniki finansowe i biznesowe z kwestiami dotyczącymi wpływu na środowisko, społeczeństwo i ład korporacyjny. Sprawozdanie Zarządu uwzględnia najlepsze praktyki rynkowe oraz odwołuje się do istotnych z punktu widzenia przedsiębiorstw krajowych i międzynarodowych wytycznych w zakresie raportowania informacji niefinansowych: Global Reporting Initiative (GRI) 2021 – międzynarodowego standardu sprawozdawczości niefinansowej GRI Standards, Wytycznych do raportowania ESG opracowanych przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie (GPW), Wytycznych Międzynarodowego Komitetu ds. Sprawozdawczości Zintegrowanej (IIRC), Zaleceń Grupy Zadaniowej ds. Ujawniania Informacji Finansowych Związanych z Klimatem (TCFD) dotyczących raportowania ryzyka klimatycznego oraz Rozporządzenia UE w sprawie Taksonomii,

W celu spełnienia wymogów art. 49b ust. 9 ustawy o rachunkowości Grupa Allegro sporządziła oddzielny Raport na temat informacji niefinansowych w 2023 r. (obejmujący informacje niefinansowe Grupy Allegro za 2023 r.), który uwzględnia informacje niefinansowe określone w przepisach ustawy.

Aby uzyskać pełny obraz naszej działalności, zachęcamy do zapoznania się ze Sprawozdaniem Zarządu, które stanowi rezultat naszego strategicznego podejścia do prowadzenia działalności zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju. Wybrane wskaźniki będą przedmiotem zewnętrznej weryfikacji.

Raporty roczne Grupy Allegro za poprzednie lata, w tym raporty publikowane od 2020 r., zawierające informacje niefinansowe, są dostępne na stronie allegro.eu.

Dane przedstawione w Raporcie obejmują okres od 1 stycznia do 31 grudnia 2023 r., chyba że zaznaczono inaczej w jego treści. Raport przedstawia działalność i dane niefinansowe Allegro.eu, w tym w odniesieniu do jednostki dominującej i spółek należących do Grupy na dzień 31 grudnia 2023 r.

3.1. Kluczowe dane i wyniki w zakresie ESG

All 4 People

- Skorygowana luka płacowa między kobietami a mężczyznami dla Działalności w Polsce na poziomie 3%
- Nr 1 w rankingu Liderów Różnorodności w Europie Środkowo-Wschodniej, publikowanym przez Financial Times i Statista
- 4 824 – łączna liczba godzin poświęconych na wolontariat
- 47 mln PLN zebranych za pośrednictwem platformy Allegro Charytatywni
- 95% automatów paczkowych One Box dostępnych dla osób z niepełnosprawnościami zgodnie ze standardami dostępności Allegro

All 4 Planet

- 49% zrównoważonych opakowań we własnych operacjach
- Redukcja emisji o 5% w ujęciu bezwzględnym w porównaniu z ubiegłym rokiem (Zakresy 1 i 2, metoda market-based)
- Redukcja intensywności emisji w stosunku do przychodów o 16% w porównaniu do ubiegłego roku (Zakresy 1 i 2, metoda market-based)
- Podpisanie umowy VPPA na okres 10 lat w celu zabezpieczenia ceny 220 GWh zielonej energii elektrycznej w latach 2025-2035
- Wybór Grupy Mondy i Stora Enso jako strategicznych partnerów biznesowych w zakresie zrównoważonych opakowań

All 4 Prosperity

- 149,8 tys. sprzedawców na platformach Grupy Allegro
- 49,2 tys. sprzedawców wprowadziło oferty eksportowe
- 56,7 tys. unikalnych użytkowników korzystających z platformy e-learningowej Akademia Allegro
- 337 pracowników Allegro wystąpiło na rozmaitych wydarzeniach technologicznych

Good Governance

- Podniesienie ratingu MSCI do poziomu AAA
- Nadzór Rady Nadzorczej nad strategią i wynikami w zakresie ESG i klimatu, cyberbezpieczeństwem i ochroną danych
- Zwiększenie liczby niezależnych członków Rady Nadzorczej z 3 do 5, czyli o jedną osobę poniżej celu >50% do 2026 r.
- 58% pracowników przeszło szkolenie w zakresie cyberbezpieczeństwa (coroczne szkolenie przypominające), w tym 63% nowych pracowników w ramach sesji onboardingowej
- 71% pracowników przeszło szkolenie w zakresie ochrony danych (coroczne szkolenie przypominające), w tym 75% nowych pracowników w ramach sesji onboardingowej
- 68% pracowników przeszło szkolenia w zakresie zapewnienia zgodności z przepisami (polityka charytatywna, społeczna i sponsoringowa, polityka klimatyczna, polityka praw człowieka, polityka przeciwdziałania niepożądanym zjawiskom, takim jak dyskryminacja, molestowanie, mobbing i przemoc, polityka transparentności (antykorupcyjna), procedura zgłaszania nieprawidłowości) (coroczne szkolenia przypominające), w tym 75% nowych pracowników w ramach sesji onboardingowej
- Podniesienie oceny w Modelu Dojrzałości Cyberbezpieczeństwa z 4,17 do 4,42

3.2. Łańcuch wartości

GRI 2-6, 2-28, 2-29

Łańcuch wartości Grupy Allegro stanowi fundament jej strategii ESG. Obejmuje on wiele działań, począwszy od pozyskiwania produktów aż do zakończenia ich cyklu życia, co ułatwia kompleksowe zaangażowanie zainteresowanych stron. Dzięki takiemu podejściu możliwa jest identyfikacja wpływu na środowisko, społeczeństwo i ład korporacyjny oraz zarządzanie nim we wszystkich działaniach firmy, a także mapowanie kluczowych zaangażowanych interesariuszy.

Tabela prezentuje mapowanie kluczowych interesariuszy.

Łańcuch wartości Allegro	Upstream				Operacje własne		Downstream	
	Wydobycie i przetwarzanie surowców	Produkcja	Transport i logistyka	Sprzedający	Grupa Allegro	Transport i logistyka	Konsumenci	Wycofanie z eksploatacji
Interesariusze	Pracownicy w łańcuchu wartości, dotknięte społeczności	Pracownicy w łańcuchu wartości, dotknięte społeczności	Pracownicy w łańcuchu wartości, dotknięte społeczności	Głównie mali i średni przedsiębiorcy, pracownicy w łańcuchu wartości	Zatrudnieni, pracownicy/ wykonawcy, inwestorzy, dotknięte społeczności, partnerzy biznesowi, organy regulacyjne, miasta/władze miejskie	Partnerzy biznesowi, wykonawcy, pracownicy w łańcuchu wartości	Konsumenci i użytkownicy końcowi, dotknięte społeczności	Konsumenci i użytkownicy końcowi, miasta/ władze miejskie, dotknięte społeczności
Lokalizacja	Cały świat, głównie Polska i Czechy			Polska, Czechy, Słowacja, Węgry, Chorwacja, Słowenia i inne		Polska, Czechy, Słowacja, Węgry, Chorwacja, Słowenia		
Opis relacji biznesowych	Relacje pośrednie	Pośrednie relacje ze sprzedawcami i producentami Bezpośrednie relacje w przypadku działalności detalicznej Allegro (1P)	Pośrednie relacje ze sprzedawcami i producentami	Relacje bezpośrednie i długoterminowe	Relacje bezpośrednie i długoterminowe	Relacje bezpośrednie i długoterminowe	Relacje bezpośrednie, powtarzalne i jednorazowe	Relacje pośrednie

Interesariusze są zaangażowani w działalność Grupy, umożliwiając Allegro podejmowanie lepszych decyzji biznesowych, skuteczniejsze zarządzanie ryzykiem i wspieranie innowacyjności. Najważniejsze grupy w środowisku biznesowym zostały zidentyfikowane poprzez przeprowadzenie kompleksowej podwójnej analizy istotności i zaangażowanie w dialog z interesariuszami.

Metody komunikacji z interesariuszami w całym łańcuchu wartości zostały przedstawione w poniższej tabeli.

Łańcuch wartości Allegro	Upstream				Own operations		Downstream	
	Wydobycie i przetwarzanie surowców	Produkcja	Transport i logistyka	Sprzedawcy	Grupa Allegro	Transport i logistyka	Konsumenci	Wycofanie z eksploatacji
Kluczowe obszary	– Brak bezpośredniego kontaktu	Brak bezpośredniego kontaktu w modelu 3P Planowanie, ocena wyników w modelu 1P	Brak bezpośredniego kontaktu w modelu 3P Planowanie, ocena wyników w modelu 1P	Analiza potrzeb Informacje o zmianach Rozwiązywanie problemów Edukacja	Analiza potrzeb Informacje o zmianach Codzienna działalność	Planowanie, ocena wyników	Analiza potrzeb Informacje o zmianach Kampanie reklamowe Rozwiązywanie problemów Edukacja Opieka posprzedażowa	
Kanał	Formularz kontaktowy Konta w mediach społecznościowych Relacje z mediami	Formularz kontaktowy E-mail Komunikacja bezpośrednia Raporty okresowe Konta w mediach społecznościowych Relacje z mediami	Formularz kontaktowy E-mail Komunikacja bezpośrednia Raporty okresowe Konta w mediach społecznościowych Relacje z mediami	Formularz kontaktowy E-mail Kontakt z doradcami Allegro Akademia Allegro Konta w mediach społecznościowych Regularne ankiety Społeczność Allegro Gadane Mailingi	Kontakt indywidualny E-mail #Let's_Talk: Company update – kwartalne spotkanie z zespołem Exec i sesja pytań i odpowiedzi Kanał qa_allegro do zadawania pytań na bieżąco Spotkania inspiracyjne Społeczności tematyczne Mailingi	Formularz kontaktowy E-mail Komunikacja bezpośrednia Raporty okresowe Relacje z mediami	Formularz kontaktowy Czat Allegro Infolinia dla seniorów Kanał kontaktowy dla użytkowników niesłyszących Allegro Protect Konta w mediach społecznościowych Ankieta NPS Regularne ankiety Społeczność Allegro Gadane Konta w mediach społecznościowych Relacje z mediami Mailingi	

Niniejszy dokument nie stanowi wiążącej wersji rocznego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu. Oficjalna wersja Sprawozdania Roczno Grupy Allegro.eu, zawierająca roczne Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe i uzupełniające je sprawozdanie rewidenta, zawarta jest w pakiecie sprawozdawczym, który można znaleźć na stronie internetowej Allegro.eu. W przypadku rozbieżności między niniejszą wersją a pakietem sprawozdawczym wiążący jest pakiet sprawozdawczy.

Spółka ułatwia interakcję z partnerami biznesowymi i dostawcami poprzez wewnętrzny system rozpatrywania skarg, procedury postępowania pozasądowego oraz współpracę z kanałami władz publicznych w celu zapewnienia rozpatrywania wszelkich kwestii budzących wątpliwości z należytą starannością, przy jednoczesnym promowaniu rozwiązań opartych na współpracy.

Zaangażowanie spółki w społeczności lokalne, organizacje pozarządowe, otoczenie biznesowe, media i konkurencję ma charakter wielopłaszczyznowy. Obejmuje ono aktywny udział w organizacjach i inicjatywach branżowych, konferencjach i spotkaniach oraz konsultacjach publicznych. Interesariusze otrzymują regularnie aktualne informacje w postaci stałego przepływu raportów bieżących i okresowych oraz komunikatów medialnych. Spółka utrzymuje również otwarte linie komunikacji za pośrednictwem poczty elektronicznej.

Akcjonariusze i uczestnicy rynku otrzymują aktualne informacje i raporty oraz są zapraszani do udziału w dyskusjach w ramach spotkań i okrągłych stołów w celu zapewnienia przejrzystości. Spółka prowadzi z nimi otwartą komunikację poprzez bezpośrednie wiadomości e-mail i publikowane w odpowiednich terminach biuletyny informacyjne. Coroczne walne zgromadzenie służy jako forum umożliwiające przedstawienie zwięzłego obrazu sytuacji i nawiązanie kontaktu z inwestorami.

Jako członek stowarzyszeń branżowych, Allegro regularnie uczestniczy w konsultacjach publicznych dotyczących polskich i unijnych projektów legislacyjnych, podczas których reprezentuje interesy sprzedawców, konsumentów i europejskich firm technologicznych aktywnie zaangażowanych w proces cyfryzacji i tworzenie środowiska prawnego sprzyjającego innowacyjności. Przedstawiciele Allegro utrzymują kontakt z organami administracji

państwowej, takimi jak Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, w celu wspierania edukacji i wypracowywania najlepszych standardów rynkowych. Spółka współpracuje również z Biurem Rzecznika Małych i Średnich Przedsiębiorców oraz organami publicznej administracji gospodarczej w celu poprawy sytuacji lokalnych przedsiębiorców i zapewnienia ich pełnej reprezentacji.

Allegro jest członkiem następujących organizacji (stan na 31.12.2023 r.):

ORGANIZACJE MIĘDZYNARODOWE:

- Ecommerce Europe [Allegro]
- The European Tech Alliance (EUTA) [Allegro]
- IAB Europe [Allegro]

POLSKIE ORGANIZACJE:

- UN Global Compact Polska [Allegro]
- Izba Gospodarki Elektronicznej [Allegro, Ceneo.pl]
- Związek Pracodawców Technologii Cyfrowych Lewiatan
- Konfederacja Lewiatan za pośrednictwem Związku Pracodawców Technologii Cyfrowych Lewiatan [Allegro] [eBilet.pl]
- Związek Pracodawców i Przedsiębiorców (ZPP) [Allegro]
- Związek Pracodawców Branży internetowej IAB Polska [Allegro]
- IAB Europe [Allegro]

- Forum Odpowiedzialnego Biznesu [Allegro]
- Stowarzyszenie Emitentów Giełdowych [Allegro.eu]
- Polska Organizacja Niebankowych Instytucji Płatności [Allegro Finance]
- Business Accessibility Forum (Fundacja Widzialni) [Allegro]
- Związek Przedsiębiorców Finansowych [Allegro Pay]
- FinTech Polska [Allegro Pay]

CZESKIE ORGANIZACJE:

- Digital Economy Network [Allegro]
- Czeskie Business Leaders Forum [Allegro]
- APEK – Stowarzyszenie Handlu Elektronicznego w Republice Czeskiej [Mall, CZC]

Przedstawiciele Allegro współpracują również z BusinessEurope w ramach Konfederacji Lewiatan [Allegro] oraz Interactive Advertising Bureau Europe w ramach IAB Polska [Allegro]. Spółka jest również członkiem SME Connect przy SME Europe poprzez członkostwo w ZPP.

Allegro angażuje się w debatę publiczną na temat sposobów zwiększania innowacyjności i konkurencyjności firm lokalnych. Jako członek European Tech Alliance (EUTA) i innych organizacji biznesowych w Polsce i na poziomie UE, Allegro ma swój wkład w dialog z organami regulacyjnymi w celu stworzenia optymalnych warunków dla innowacyjności, zapewnienia odpowiedniego wsparcia dla sprzedawców oraz zapewnienia bezpieczeństwa konsumentów

i przyjazności dla użytkownika, a także równych szans dla wszystkich uczestników rynku, w tym firm typu scale-up. W ramach swojego zaangażowania w dyskusje toczące się na forum UE, Allegro przedstawiło swoje unijne Kreda Technologiczne^[1], w którym podkreśla znaczenie skutecznego kształtowania polityki UE zgodnie z takimi zasadami jak proporcjonalność i inteligentne regulacje, przy jednoczesnym dostosowaniu do siebie poszczególnych celów politycznych i regulacji prawnych. Przepisy regulujące obowiązki platformy, podatki, innowacyjne rozwiązania płatnicze, wykorzystanie sztucznej inteligencji i danych powinny umożliwić spółce wprowadzanie innowacji i rozwijanie najnowocześniejszych usług bez utrudniania procesów lub tworzenia nieuzasadnionych kosztów czy niesprawiedliwych obciążeń administracyjnych.

Allegro postrzega ramy prawne jako ważny czynnik sukcesu i konkurencyjności dla wszystkich firm w UE. Dlatego też przedstawiciele spółki z zaangażowaniem opowiadają się za przepisami wspierającymi unijne przedsiębiorstwa, które wprowadzają innowacje i wykorzystują nowe technologie do poprawy usług dla konsumentów. Ma to na celu skoncentrowanie się na nieustannym poprawianiu doświadczeń klientów i partnerów, stymulowaniu inwestycji i innowacyjności oraz zatrudnianiu najlepszych specjalistów. Jednocześnie Allegro uważa, że przepisy UE mogą pomóc w stworzeniu jednolitego rynku cyfrowego, który umożliwi przedsiębiorstwom prowadzenie działalności i rozwój w wielu krajach, zapewniając, że ustanowione zasady będą miały zastosowanie i będą egzekwowalne w równym stopniu wobec wszystkich firm prowadzących działalność w Europie. Allegro było jednym z założycieli prowadzących stowarzyszenie European Tech Alliance (przedstawiciel Grupy pełnił funkcję Przewodniczącego w latach 2018-2022, a od 2023 r. był członkiem Rady).

[1] <https://about.Allegro.eu/static-files/c32463e3-8a82-4ba1-8ee3-f3db25833984>

3.3. Strategia ESG

Kwestie związane ze środowiskiem, społeczeństwem i ładem korporacyjnym są częścią codziennej działalności biznesowej Allegro oraz długoterminowych planów strategicznych. Kwestie ESG są uznawane za równie ważne jak inne czynniki biznesowe przy podejmowaniu decyzji strategicznych. Strategia ESG jest realizowana poprzez współpracę we wszystkich obszarach, w tym w obszarze Technologii, Handlu, Operacji (Obsługi klienta i Dostaw), Zasobów Ludzkich, Compliance i Ryzyka, Relacji Inwestorskich, Zamówień, Marketingu, zespołów PR, CSR i ESG. Zarządzanie ESG odbywa się kompleksowo przy udziale członków Exec Team i Rady Dyrektorów. Uczestniczą w nim również wszyscy główni interesariusze: konsumenci, sprzedawcy, pracownicy i społeczeństwo, a także inwestorzy, agencje ratingowe ESG, partnerzy biznesowi i organy regulacyjne.

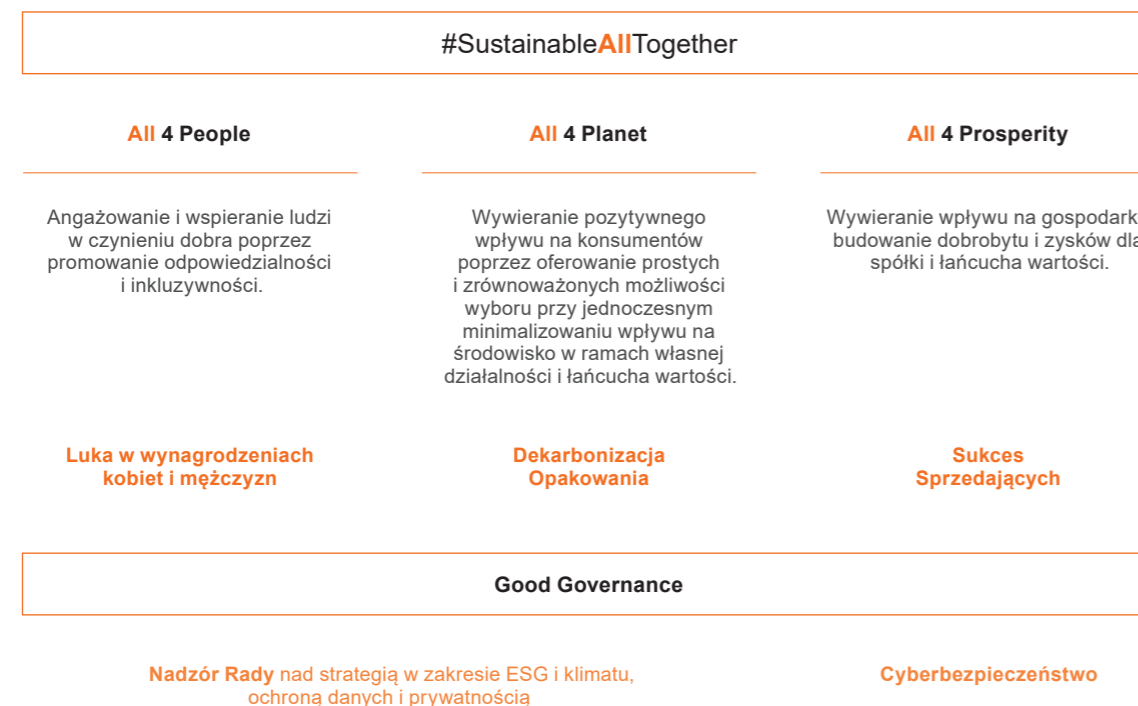
Strategia ESG Allegro zostały zaprojektowane w taki sposób, aby mogły być rozwijane na sześciu rynkach, angażując prawie 150 tysięcy sprzedawców, ponad 19,6 miliona aktywnych kupujących, 6 624 pracowników i ponad 10 tysięcy partnerów biznesowych w łańcuchu wartości w dążeniu do zdobycia pozycji ulubionego miejsca zakupów online w Europie. Strategia Allegro opiera się na założeniu, że wzrost wiąże się z odpowiedzialnością, co oznacza skupienie się na pozytywnej transformacji i konkretnych działaniach, a nie na wielkich słowach. Osadzając odpowiedzialność w samej strukturze naszych działań w oparciu o następujące filary: All 4 People, All 4 Planet i All 4 Prosperity, Allegro zobowiązuje się do zapewnienia zrównoważonej przyszłości całemu łańcuchowi wartości, który wykracza poza jego własną, bezpośrednią działalność. U podstaw tego podejścia leży Good Governance, dzięki któremu Grupa w miarę swojego rozwoju wywiera znaczący wpływ, prowadząc do budowania lepszej, zrównoważonej przyszłości i kreowania świata e-commerce.

Poprzez wyznaczanie ambitnych celów, m.in. klimatycznych, firma staje się liderem wyznaczającym trendy na rynku Europy Środkowo-Wschodniej. Nieustannie działa na rzecz zapewnienia różnorodności, równości i włączenia społecznego, aby uwzględnić różne grupy klientów: osoby o konkretnej identyfikacji płciowej, osoby starsze, młode pokolenie, osoby z niepełnosprawnościami itp. Firma wyznaczyła długoterminowe cele w zakresie klimatu i zarządzania:

- Cele w zakresie ładu korporacyjnego: zapewnienie, aby niezależni członkowie stanowili co najmniej większość (ponad 50%) składu Rady Dyrektorów do dnia 1 września 2026 r.

Strategia została zatwierdzona i przyjęta przez Radę Nadzorczą. Wyniki realizacji strategii są regularnie monitorowane przez Komitet Wynagrodzeń i Nominacji (więcej informacji na ten temat przedstawiono w rozdziale dotyczącym ładu korporacyjnego w zakresie ESG i klimatu). Pełna strategiczna ESG zostanie opublikowana w rocznym raporcie ESG wraz z matrycą podwójnej istotności.

- Cele klimatyczne [zatwierdzone przez inicjatywę Science Based Targets]: 38% redukcja emisji gazów cieplarnianych (zakresy 1 i 2) do 2030 roku, zgodnie ze ścieżką 1,5°C określoną w Porozumieniu Paryskim, oraz zaangażowanie co najmniej 73% dostawców według wielkości wydatków w określenie ich celów opartych na podstawach naukowych dla zakresów 1 i 2 do 2027 roku;



Niniejszy dokument nie stanowi wiążącej wersji rocznego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu. Oficjalna wersja Sprawozdania Roczno Grupy Allegro.eu, zawierająca roczne Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe i uzupełniające je sprawozdanie rewidenta, zawarta jest w pakiecie sprawozdawczym, który można znaleźć na stronie internetowej Allegro.eu. W przypadku rozbieżności między niniejszą wersją a pakietem sprawozdawczym wiążący jest pakiet sprawozdawczy.

3.4. Ład korporacyjny

- Podniesienie ratingu MSCI do poziomu AAA
- Na koniec 2023 r. Rada Dyrektorów liczyła jedenastu członków, wśród których 3 (27%) posiadało wiedzę specjalistyczną w zakresie ESG.
- Liczba niezależnych członków Rady Dyrektorów została zwiększona z 3 do 5, czyli o jedną osobę poniżej docelowego poziomu >50% do 2026 roku.
- Wszystkie polityki są weryfikowane co najmniej raz w roku, a w razie potrzeby podlegają aktualizacji w celu dostosowania do nowych przepisów, wymogów organów regulacyjnych i zmian w środowisku.
- 58,2% pracowników zostało przeszkolonych w zakresie cyberbezpieczeństwa i
- 70,9% pracowników zostało przeszkolonych w zakresie ochrony danych
- 67,5% pracowników przeszło szkolenia w zakresie zapewnienia zgodności z przepisami (polityka charytatywna, społeczna i sponsoringowa, polityka klimatyczna, polityka praw człowieka, polityka przeciwdziałania niepożądanym zjawiskom, takim jak dyskryminacja, molestowanie, mobbing i przemoc, polityka transparentności (antykorupcyjna), procedura zgłaszania nieprawidłowości)
- Brak kar za wycieki danych i incydenty związane z cyberbezpieczeństwem.
- Podniesienie oceny w Modelu Dojrzałości Cyberbezpieczeństwa z 4,17 do 4,42

3.4.1. ŁAD KORPORACYJNY W ZAKRESIE ESG I KLIMATU

GRI 2-9, 2-10, 2-11, 2-12, 2-13, 2-14, 2-15, 2-16

Allegro.eu, spółka założona i działająca zgodnie z prawem luksemburskim, ma jednopoziomową (unitarną) strukturę zarządzania, w której Rada Dyrektorów składa się z dyrektorów wykonawczych (zajmujących się bieżącym zarządzaniem) i dyrektorów niewykonawczych (nadzorujących), w przeciwieństwie do większości polskich spółek, które mają strukturę dwupoziomową obejmującą zarząd i radę nadzorczą. Jako najwyższy organ zarządzający Allegro.eu, Rada Dyrektorów bierze pod uwagę kwestie związane z ESG podczas wykonywania swoich obowiązków nadzorczych. Celem jest powoływanie członków Rady posiadających różnicowaną wiedzę, umiejętności i doświadczenie adekwatne do pełnionych przez nich funkcji, aby zapewnić wysoką jakość działania Rady Dyrektorów. Podejście Allegro do różnorodności i inkluzywności 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. Na koniec 2023 r. Rada Dyrektorów liczyła jedenastu członków, wśród których 3 (27%) posiadało wiedzę specjalistyczną w zakresie ESG. Liczba niezależnych członków Rady Dyrektorów została zwiększona z 3 do 5, czyli o jedną osobę poniżej docelowego poziomu >50% do 2026 roku. Wynagrodzenie Rady Dyrektorów nie jest powiązane z realizacją celów ESG.

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.

W poniższej tabeli przedstawiono imię i nazwisko każdego z członków Rady Dyrektorów Spółki, zajmowane stanowisko, status w zakresie niezależności oraz wiedzę specjalistyczną na temat ESG i klimatu.

Imię i nazwisko	Rok powołania – rok wygaśnięcia kadencji	Przedstawiciel	Status niezależności	Wiedza specjalistyczna w zakresie ESG i klimatu
Darren Huston	2020-2026	Niewykonawczy Przewodniczący Rady Dyrektorów	Brak niezależności	Nie
Roy Perticucci	2022-2026	Dyrektor Wykonawczy, Dyrektor Generalny (CEO) Grupy	Brak niezależności	Nie
Jonathan Eastick	2020-2026	Dyrektor Wykonawczy, Dyrektor Finansowy (CFO) Grupy	Brak niezależności	Nie
David Barker	2020-2026	Dyrektor Niewykonawczy	Brak niezależności	Nie
Richard Sanders	2020-2026	Dyrektor Niewykonawczy	Brak niezależności	Nie
Paweł Padusiński	2020-2026	Dyrektor Niewykonawczy	Brak niezależności	Nie
Nancy Cruickshank	2020-2026	Dyrektor Niewykonawczy	Niezależny	Nie
Clara (dit Carla) Smits-Nusteling	2020-2026	Dyrektor Niewykonawczy	Niezależny	Nie
Pedro Arnt	2022-2028	Dyrektor Niewykonawczy	Niezależny	Tak
Catherine Faiers	2023-2026	Dyrektor Niewykonawczy	Niezależny	Tak
Tomasz Suchański	2023-2026	Dyrektor Niewykonawczy	Niezależny	Tak
PODSUMOWANIE		81% dyrektorów niewykonawczych	45% dyrektorów niezależnych	27% posiada wiedzę specjalistyczną z zakresu ESG

Pełne biografie członków Rady przedstawiono w rozdziale Przegląd działalności.

Rola Rady Dyrektorów w kwestiach związanych z ESG jest następująca

- zatwierdzanie strategicznych kierunków działań Grupy w zakresie ESG, sztabowych wskaźników KPI oraz rekomendowanie zmian/działań
- zatwierdzanie raportów dotyczących realizacji strategii ESG Grupy

- nadzorowanie integrowania strategii i inicjatyw Grupy w zakresie ESG z celami biznesowymi Allegro

- zapewnianie integralności informacji niefinansowych

- monitorowanie ryzyka korporacyjnego, definiowanie zakresu zarządzania ryzykiem, określanie kierunków rozwoju systemu zarządzania ryzykiem oraz ustalanie poziomów apetytu na ryzyko.

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 2023 r. Rada Dyrektorów odbyła 8 posiedzeń, przy czym na 4 z nich omawiano kwestie związane z ESG i klimatem.

Ponadto na przełomie trzeciego i czwartego kwartału każdego roku Rada Dyrektorów (w tym członkowie Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji oraz Komitetu Audytu), członkowie zespołu wykonawczego oraz kierownicy wyższego szczebla w kluczowych spółkach biorą udział w warsztatach strategicznych, podczas których członkowie zespołu wykonawczego przedstawiają strategię biznesową na nadchodzący rok obrotowy. W 2023 r. po raz pierwszy uwzględniono i zatwierdzono tematy i kwestie związane z ESG w strategiach, planach i wskaźnikach KPI na kolejne lata obrotowe.

Rada Dyrektorów odpowiada za przywództwo w zakresie ESG, w tym za nadzór i monitorowanie realizacji strategii dotyczącej ESG i klimatu oraz szstandarowych niefinansowych wskaźników KPI. Rada monitoruje również ryzyko korporacyjne (w tym ryzyko ESG, klimatyczne), definiuje zakres

zarządzania ryzykiem, określa kierunki rozwoju systemu zarządzania ryzykiem oraz ustala poziomy apetytu na ryzyko. Grupa posiada następujące komitety podlegające bezpośrednio Radzie Dyrektorów: (i) Komitet Audytu (AuditCo) oraz (ii) Komitet Wynagrodzeń i Nominacji (RemNomCo). Ten ostatni formułuje strategiczne zalecenia dotyczące priorytetów z zakresu ESG i monitoruje realizację strategii ESG i klimatycznej, natomiast Komitet Audytu formułuje strategiczne zalecenia i dokonuje analizy ryzyka ESG i klimatycznego, sprawozdawczości w zakresie ESG, wyników audytu niefinansowego i planu naprawczego. Ponadto Dyrektor Prawny i Dyrektor Finansowy nadzorują realizację strategii ESG i strategicznych projektów z zakresu cyberbezpieczeństwa.

Od 27 czerwca 2023 r. Komitet Wynagrodzeń i Nominacji, na czele którego stoi jego Przewodniczący, jest również odpowiedzialny za nadzorowanie wszystkich kwestii związanych ze strategią ESG i zrównoważonego rozwoju, w szczególności za zatwierdzanie nowych kierunków strategicznych, weryfikację strategii i przygotowanie listy szstandarowych wskaźników KPI. Wszystkie działania Komitetu są nadzorowane przez jego Przewodniczącego, który jest również członkiem Rady Dyrektorów i który jest odpowiedzialny za obszar ESG w Grupie. Posiedzenia komitetu odbywają się co najmniej dwa razy w roku, a ich celem jest przedstawienie postępów w realizacji strategii ESG oraz formułowanie kluczowych zaleceń strategicznych. W skład Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji wchodzi nie mniej niż trzech (3) niezależnych dyrektorów niewykonawczych.

Skład Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji

Imię i nazwisko	Funkcja	Reprezentuje
Nancy Cruickshank	Członek	Dyrektor Niewykonawczy bez statusu niezależności
Darren Huston	Członek	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy
Catherine Faiers	Przewodniczący	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy
Tomasz Suchański	Członek	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy

W 2023 r. odbyło się 6 posiedzeń Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji. Główne obszary zainteresowania i dyskusji w odniesieniu do kwestii związanych z ESG dotyczyły analizy zaktualizowanej strategii ESG, analizy podwójnej istotności oraz planu operacyjnego w zakresie ESG na rok 2024.

Od 27 listopada 2023 r. Komitet Audytu jest również formalnie odpowiedzialny za kwestie Bezpieczeństwa i Ochrony Prywatności, które od początku były i będą regularnie omawiane na posiedzeniach Komitetu Audytu w celu zapewnienia uwzględniania stosownych kwestii dotyczących bezpieczeństwa i ochrony prywatności w celach Spółki, jej ładzie

korporacyjnym, strategii, przy podejmowaniu decyzji, zarządzaniu ryzykiem i w sprawozdawczości w zakresie odpowiedzialności. Zgodnie z Regulaminem Komitetu Audytu posiedzenia Komitetu Audytu odbywają się co najmniej cztery (4) razy w roku w odpowiednich punktach cyklu sprawozdawczości finansowej i audytu oraz w innych terminach, w zależności od potrzeb. W skład Komitetu Audytu wchodzi nie mniej niż trzech (3) członków, w tym dwóch (2) niezależnych.

Skład Komitetu Audytu

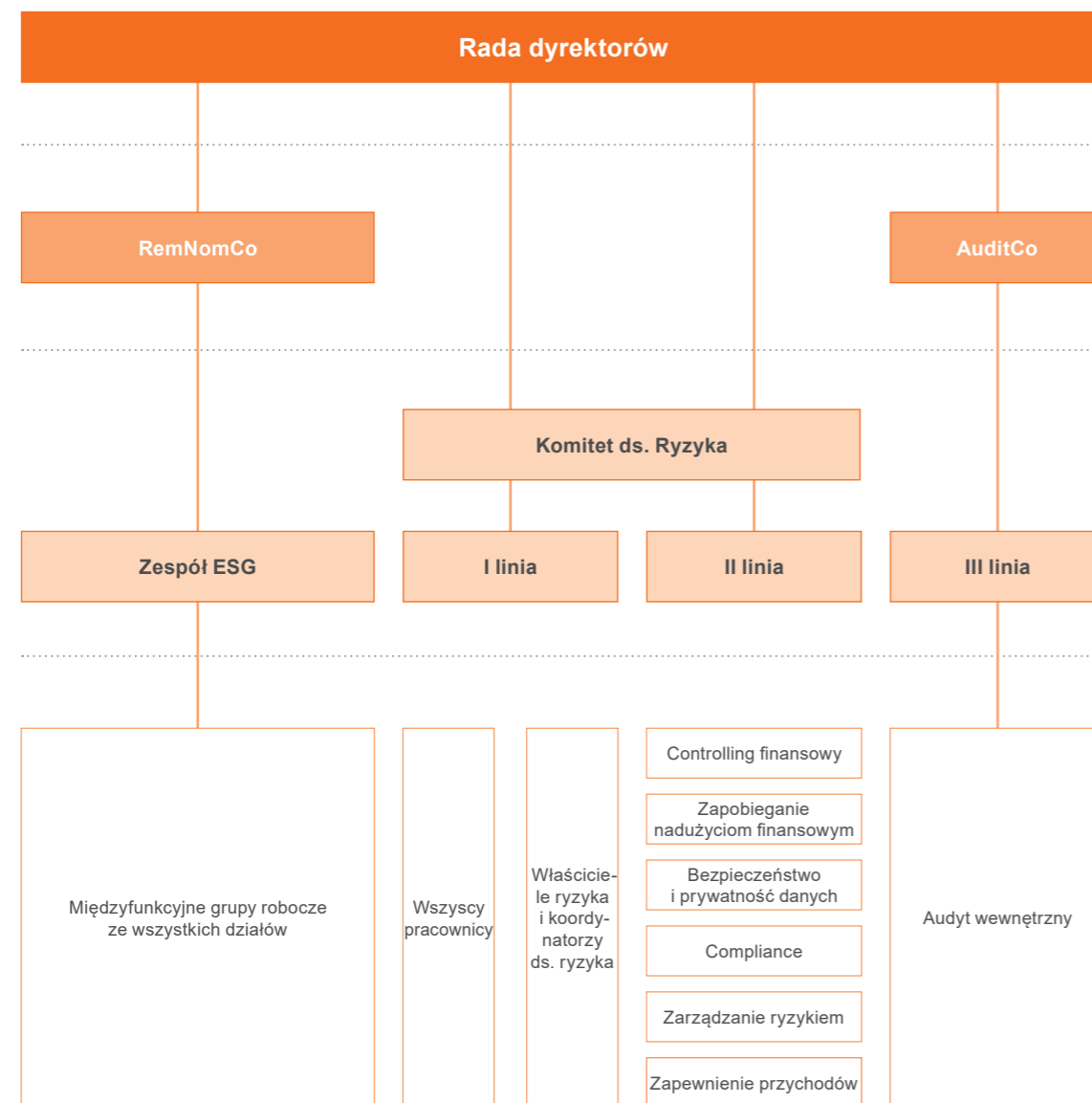
Imię i nazwisko	Funkcja	Reprezentuje
Clara (dit Carla) Smits-Nusteling	Przewodniczący	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy
David Baker	Członek	Dyrektor Niewykonawczy bez statusu niezależności
Pedro Arnt	Członek	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy

W 2023 r. odbyło się 7 posiedzeń Komitetu Audytu. Główne obszary zainteresowania i tematy dyskusji w zakresie ESG dotyczyły cyberbezpieczeństwa, ochrony prywatności danych, zarządzania ryzykiem, zgodności z przepisami i gotowości do wdrożenia Dyrektywy w sprawie sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju.

i monitorowanie wyników. Zespół ten monitoruje również postępy w realizacji celów ESG, kluczowych wskaźników efektywności (KPI) i celów ESG oraz sporządza raporty z wyników działań i realizacji strategii. Zespół ESG Core analizuje wszystkie nakłady CAPEX/OPEX w Allegro.pl w kwocie powyżej 100 000 PLN pod kątem zgodności z zobowiązaniami w zakresie ESG. Ponadto zespół Core sporządza kwartalne raporty na temat aktualnego stanu dla Rady Dyrektorów, przy współpracy z Dyrektorem ds. Bezpieczeństwa (CSO) oraz Dyrektorem ds. Ryzyka i Compliance w zakresie monitorowania możliwego wpływu na klimat, ryzyka i szans związanych w szczególności z ryzykiem biznesowym i operacyjnym.

Zespół ESG jest jednostką pośredniczącą między zespołami operacyjnymi i wdrożeniowymi, Radą Dyrektorów oraz Komitetem Wynagrodzeń i Nominacji (RemNomCo) i Komitetem Audytu (AuditCo). Zespół ESG monitoruje zarządzanie ESG na poziomie operacyjnym. W skład zespołu wchodzi eksperci ds. ESG i zrównoważonego rozwoju, w tym Dyrektor ESG & Public Affairs Grupy oraz Menedżer ESG & Sustainability Grupy. Kluczowym zadaniem zespołu ESG Core jest realizacja strategii ESG i koordynacja jej wdrażania poprzez współpracę ze wszystkimi zaangażowanymi jednostkami, podejmowanie działań

STRUKTURA OPERACYJNA ŁADU KORPORACYJNEGO GRUPY W ZAKRESIE ESG ZOSTAŁA PRZEDSTAWIONA PONIŻEJ:



3.4.2 ETYKA I ZGODNOŚĆ Z PRZEPISAMI

GRI 2-23, 2-24

Zapewnienie zgodności z przepisami (compliance) oraz zapobieganie korupcji i nieprawidłowościom mają dla Allegro ogromne znaczenie. Dotyczy to zarówno działalności operacyjnej, jak i wszystkich pracowników i podmiotów, z którymi firma współpracuje na co dzień. Wprowadzono system zarządzania ładem korporacyjnym, ryzykiem i compliance. Obejmuje on standardy postępowania, zapobiegania korupcji, przestrzegania prawa ochrony konkurencji, zapobiegania konfliktom interesów, ochrony infor-

macji i danych, zapobiegania bezprawnej dyskryminacji oraz ochrony własności spółki i obejmie swoim zakresem wszystkie podmioty należące do Grupy.

System zarządzania ryzykiem jest traktowany z dużą powagą, a ramy zgodności zostały stworzone zgodnie z poniższym opisem, tak aby zapewnić wdrożenie wszystkich niezbędnych środków:

Ochrona	Wykrywanie	Reakcja
<ul style="list-style-type: none"> • Kwestie regulacyjne / publiczne • Zarządzanie ryzykiem • Polityki • Szkolenia, komunikacja, działania podnoszące świadomość • Integracja procesów • Korzystanie z doświadczeń • Wdrożenie zgodności • Ustalanie obowiązków 	<ul style="list-style-type: none"> • Raportowanie: <ul style="list-style-type: none"> • anonimowo lub osobiście poprzez system do Dyrektora ds. Bezpieczeństwa („CSO”) • osobiście do HR, Działu Prawnego, CSO lub bezpośredniego przełożonego • osobiście lub poprzez system do Przewodniczącego • Mechanizmy kontrolne • Monitorowanie i zatwierdzanie zgodności • Przeglądy kontrolne i audyty zgodności • Audyty wewnętrzne • Sprawdzanie zgodności 	<ul style="list-style-type: none"> • Zarządzanie kryzysowe • Zarządzanie ciągłością działania • Sankcje dyscyplinarne • Działania naprawcze • Współpraca z organami regulacyjnymi

Wprowadzono również wytyczne w zakresie polityki zakupowej, procedury przetargowej, procedury kontrolingu oraz procedury prawnej. Mają one 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.

Allegro działa w sposób przejrzysty, zgodnie z najwyższymi standardami etycznymi i z zachowaniem należytej staranności, co zostało szczegółowo opisane w zasadach i regulacjach wewnętrznych:

Kodeks Etyczny Allegro obejmuje następujące zagadnienia:

- Zarządzanie ciągłością działania
- Polityka działań charytatywnych, społecznych i sponsoringowych
- Polityka klimatyczna i środowiskowa
- Polityka Zgodności z Ochroną Konkurencji i Konsumentów
- Polityka dotycząca danych
- Regulamin transakcji obrotu
- Podręcznik procedur transakcyjnych
- Polityka w zakresie ujawniania informacji
- Polityka różnorodności
- Polityka praw człowieka
- Polityka w zakresie wykorzystywania informacji poufnych i nadużyć na rynku
- Zasady dotyczące danych osobowych (w tym szereg polityk ochrony prywatności dotyczących pracowników, klientów, partnerów itd.)
- Polityka przeciwdziałania niepożądanym zjawiskom, takim jak dyskryminacja, molestowanie, mobbing i przemoc
- Polityka przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu oraz instrukcja dotycząca kontroli eksportu i sankcji finansowych
- Polityka w zakresie sporządzenia i prowadzenia listy osób mających dostęp do informacji poufnych
- Polityka zarządzania ryzykiem
- Polityka bezpieczeństwa
- Polityka transparentności i przeciwdziałania korupcji (w tym regulacje dotyczące prezentów i korzyści, regulacje dotyczące konfliktu interesów itd.)
- Procedura zgłaszania nieprawidłowości



Niniejszy dokument nie stanowi wiążącej wersji rocznego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu. Oficjalna wersja Sprawozdania Rocznej Grupy Allegro.eu, zawierająca roczne Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe i uzupełniające je sprawozdanie rewidenta, zawarta jest w pakiecie sprawozdawczym, który można znaleźć na stronie internetowej Allegro.eu. W przypadku rozbieżności między niniejszą wersją a pakietem sprawozdawczym wiążący jest pakiet sprawozdawczy.

Komisja Etyki nadzoruje przestrzeganie Kodeksu Etyki, badając i eliminując zgłoszone naruszenia. Skład Komisji Etyki różni się w zależności od omawianego tematu:

- Dyrektor HR, HR Business Partner lub Kierownik ds. relacji z pracownikami wyznaczony przez Dyrektora HR
- Dyrektora Działu Prawnego lub prawnika wyznaczonego przez Dyrektora Działu Prawnego
- Kierownik działu, którego dotyczy zgłoszone naruszenie
- Eksperti zewnętrzni (np. prawnicy)
- Kierownik ds. ryzyka i zgodności
- Dyrektor ds. Bezpieczeństwa (CSO)

Kodeks Etyki jest poddawany weryfikacji co najmniej raz w roku i jest on dostępny dla wszystkich pracowników i wszystkich zainteresowanych pod adresem <https://about.allegro.eu/allegro-policies-and-statements>. Wszyscy pracownicy Allegro działają zgodnie z prawem i są na bieżąco ze wszystkimi istotnymi zmianami i regulacjami branżowymi. Usługi, zasady i procesy są stosownie aktualizowane.

W 2023 r. Grupa Allegro zleciła przeprowadzenie zewnętrznego audytu Kodeksu Etyki w celu ustalenia, czy przyjęte polityki, zasady i wytyczne są zgodne z aktualnie obowiązującym prawem, najlepszymi praktykami rynkowymi i faktycznie obowiązującymi standardami etycznymi. Przegląd i ocena nie wykazały żadnych istotnych braków lub niezgodności z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa i praktykami rynkowymi. Oprócz weryfikacji przedstawionych dokumentów, ocena obejmowała wywiady z pracownikami Allegro odpowiedzialnymi za poszczególne polityki i ich wdrożenie. Na podsta-

wie tych wywiadów firma audytorska stwierdziła, że kultura Allegro opiera się na wysoce etycznych postawach wyznawanych przez jej pracowników i współpracowników oraz że organizacja przywiązuje dużą wagę do aktywnego promowania swoich wartości i zasad działania opartych na najwyższych standardach etycznych, a także do rozwoju kadry zarządzającej oraz pracowników i współpracowników w tym zakresie. Powyższe przełożyło się na pozytywną ocenę. Drobne kwestie, które mogą zwiększyć dojrzałość Kodeksu Etyki w Grupie Allegro, np. brak jednego odrębnego nadrzędnego kodeksu etyki obejmującego wszystkie polityki, zostały uwzględnione i będą wdrażane w 2024 roku.

Spółka wprowadziła obowiązkowe szkolenia z zakresu compliance i etyki. Opracowano również plan szkoleń i komunikacji dotyczące etyki i compliance, który jest obecnie realizowany. Wszyscy pracownicy przechodzą obowiązkowe szkolenia i są zobowiązani do stosowania się do polityk. Co roku przeprowadzane są obowiązkowe szkolenia z zakresu powyższych polityk, w których uczestniczą wszyscy zatrudnieni pracownicy, w tym kontraktorzy. Szkolenia odbywają się za pośrednictwem różnych kanałów, w tym e-learning, pocztę elektroniczną, dedykowaną platformę wewnętrzną (Intranet), spotkania, plakaty, konkursy i inne formy komunikacji. Nowo zatrudnione osoby zapoznają się z kodeksem podczas sesji obowiązkowego szkolenia OnBoarding Stay Safe/Stay Fair. Raz w roku pracownicy Allegro uczestniczą w szkoleniach z zakresu polityk objętych Kodeksem Etyki (Polityka transparentności, Polityka przeciwdziałania niepożądanym zjawiskom takim jak dyskryminacja, molestowanie, mobbing i przemoc, Procedura zgłaszania nieprawidłowości, Polityka Zgodności z Ochroną Konkurencji i Konsumentów, Polityka przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu oraz instrukcja kontroli eksportu i sankcji finansowych, Polityka bezpieczeństwa) oraz ochrony danych osobowych w celu pogłębiania wiedzy, budowania kompetencji i podnoszenia świadomości.

3.4.3 SYSTEM ZGŁASZANIA NIEPRAWIDŁOWOŚCI

GRI 2-26, 3-3, 205-3

W Allegro funkcjonuje system zgłaszania nieprawidłowości. Gwarantuje on poufność i bezpieczeństwo sygnalistów, w tym ochronę przed działaniami odwetowymi. System jest otwarty i dostępny dla wszystkich (zgłoszenia można składać anonimowo za pośrednictwem specjalnego formularza dostępnego online, który ułatwia również prowadzenie anonimowej dyskusji z sygnalistami [\[stleblowing.allegrogroup.com/\]\(https://stleblowing.allegrogroup.com/\)\). System ten jest zgodny z wytycznymi dotyczącymi rozpatrywania skarg i zażaleń w zakresie naruszeń Kodeksu Etyki.](https://whi-</p>
</div>
<div data-bbox=)

Poniższa tabela przedstawia zidentyfikowane zgłoszenia:

Zgłoszone incydenty	Grupa		r/r zmiana	Działalność w Polsce			
	2023	2022		2023	2022	r/r zmiana	2021
Polityka przeciwdziałania niepożądanym zjawiskom, takim jak dyskryminacja, molestowanie, mobbing i przemoc	6	5	1	5	4	1	2
Polityka przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu oraz instrukcje dotyczące kontroli eksportu i sankcji finansowych	0	0	0	0	0	0	0
Polityka transparentności (antykoryupcyjna)	2	2	0	2	2	0	0

Allegro bardzo poważnie traktuje wszystkie otrzymane zgłoszenia. Są one weryfikowane przez Komisję Etyki (Polityka przeciwdziałania zjawiskom niepożądanym takim jak dyskryminacja, molestowanie, mobbing i przemoc) lub badane przez odpowiednie zespoły (Polityka transparentności (antykoryupcyjna)). W 2023 r. potwierdzono zarzuty dotyczące trzech

przypadków, a przeprowadzone dochodzenia zakończyły się rozwiązaniem umów z pracownikami. W pozostałych przypadkach zarzuty nie zostały potwierdzone. Wszystkie obszary wymagające poprawy zidentyfikowane w toku postępowań zostały wdrożone.

3.4.4. KODEKS POSTĘPOWANIA DLA DOSTAWCÓW

GRI 3-3, 308-1, 414-1

Allegro oczekuje od swoich dostawców przestrzegania podobnych zasad do tych obowiązujących w Allegro. W związku z przejęciem Grupy Mall rozpoczęto prace nad zmianami mającymi na celu ujednoczenie procedur zakupowych dla wszystkich spółek zależnych. Począwszy od kwietnia 2022 r. wszyscy dostawcy Spółek działających w Polsce, w przypadku których wartość umowy przekracza 15 000 PLN, otrzymują informacje dotyczące Kodeksu Postępowania dla Dostawców i Partnerów Biznesowych. Jest on wysyłany wraz z oświadczeniem o legalności towarów i usług. W listopadzie 2023 r. Allegro wprowadziło formularz cyfrowy, który umożliwia archiwizowanie informacji o tym, kiedy dokumenty zostały przeczytane przez partnera oraz czy zostały zaakceptowane.

Jeśli całkowita roczna wartość umowy z dostawcą Spółki prowadzącej działalność w Polsce przekracza 500 000 PLN, dostawca otrzymuje do podpisania Kodeks Postępowania dla Dostawców i Partnerów Biznesowych oraz Kwestionariusz dla Dostawców i Partnerów Biznesowych.

W 2023 r. łączna liczba nowych dostawców wyniosła 2 234. Z tej liczby 45 dostawców (2,01%), tych którzy przekroczyli próg 500 000 PLN, poproszono o podpisanie Kodeksu Postępowania dla Dostawców

i Partnerów Biznesowych. Wszyscy oni przedstawili wymagane dokumenty i przeszli pozytywną weryfikację.

Dodatkowo Kodeks Postępowania został dołączony do umów z firmami kurierskimi i organizatorami wydarzeń współpracującymi z e-bilet. Dzięki tym procedurom Kodeks Postępowania podpisało kolejnych 325 dostawców, co oznacza, że 14% wszystkich nowych dostawców Allegro podpisało Kodeks.

W listopadzie 2023 r. do Kodeksu Postępowania Dostawców i Partnerów Biznesowych dodano zapisy dotyczące m.in. płacy minimalnej dla pracowników, zapewnienia odpowiednich warunków pracy oraz działań na rzecz ochrony środowiska naturalnego. Procedura zgłaszania nieprawidłowości została rozszerzona o możliwość rozwiązania umowy w przypadku stwierdzenia rażącego naruszenia Kodeksu postępowania.

Od 1 stycznia 2024 r. proces kontroli łańcucha dostaw obejmuje spółki we wszystkich podmiotach Grupy.

Poniższa tabela przedstawia odsetek dostawców ocenianych pod względem aspektów społecznych i środowiskowych.

Proces oceny dostawców Spółek działających w Polsce	2023	2022 ^[1]	2021 ^[1]
Odsetek wszystkich nowych dostawców poddanych ocenie	2,01%	2,2% ^[2]	10%
Odsetek wszystkich nowych dostawców poddanych ocenie (> 500 000 PLN), którzy spełnili wymogi społeczne	100%	100%	100%
Odsetek wszystkich nowych dostawców poddanych ocenie (> 500 000 PLN), którzy spełnili wymogi środowiskowe	100%	100%	100%

[1] dane za lata 2022 i 2021 nie uwzględniają eBilet.pl.

[2] Wskaźnik ten uległ obniżeniu rok do roku ze względu na zmianę polityki zakupowej. Kodeks Postępowania Allegro jest przekazywany wszystkim dostawcom, ale weryfikacja pod kątem kryteriów etycznych jest przeprowadzana w przypadku umów o wartości powyżej 500 000 PLN, a nie jak wcześniej 100 000 PLN.

3.4.5. ZARZĄDZANIE RYZYKIEM ZWIĄZANYM Z ESG I RYZYKIEM KLIMATYCZNYM

Ocena ryzyka związanego z ESG (w tym ryzyka klimatycznego) jest przeprowadzana zgodnie z zasadą podwójnej istotności w Grupie Allegro. Proces zarządzania ryzykiem ESG i klimatycznym został przyjęty przez Grupę Allegro i jej kierownictwo. Członkowie Rady Dyrektorów Spółki odgrywają szczególną rolę w fazie priorytetyzacji ryzyka, w której ustalają oni poziom apetytu na ryzyko. Ponadto są oni odpowiedzialni za ogólny nadzór nad ramami i procesem zarządzania ryzykiem, a także za określanie zakresu i kierunków rozwoju oraz skuteczności zarządzania ryzykiem.

Monitorowanie ryzyka ma na celu potwierdzenie skuteczności działań kontrolnych, ocenę kluczowych wskaźników ryzyka (KRI) oraz wpływu organizacji na środowisko poprzez zastosowanie kryteriów oceny ryzyka. Dział Prawny i Spraw Korporacyjnych, do którego należy Zespół ESG, monitoruje działania podejmowane w celu uwzględnienia ryzyka ESG (w tym plany łagodzenia poszczególnych podatności) przy udziale stałych właścicieli ryzyka i koordynatorów ryzyka, inspektorów oraz Kierownika ds. Ryzyka i Zgodności. Wszyscy oni są zaangażowani w monitorowanie procesu zarządzania ryzykiem.

Etap ograniczania ryzyka ma na celu przygotowanie i wdrożenie planów ograniczania ryzyka w odniesieniu do podatności przekraczających akceptowalny poziom. Odpowiedzialność za przygotowanie tych planów spoczywa na właścicielu i koordynatorze z jednostek bezpośrednio zaangażowanych.

Właściciele i koordynatorzy ryzyka przygotowują raporty podsumowujące, w tym raporty z analizy ryzyka i propozycje działań ograniczających ryzyko, które są przedkładane Komitetowi Ryzyka i Radzie Dyrektorów Spółki w celu uzyskania odpowiednich i aktualnych informacji na temat procesu zarządzania ryzykiem, jego adekwatności i skuteczności. Różne Komitety Ryzyka Grupy prowadzą wstępne dyskusje na temat sposobów ograniczania głównych rodzajów ryzyka i opracowują działania, które podlegają dalszemu przeglądowi przeprowadzonemu przez dedykowane komitety sterujące i Exec Team.

Zgodnie z zaleceniami Ministerstwa Finansów, spółki prowadzące działalność w Polsce ustaliły kompleksowy proces weryfikacji dostawców. Dokumenty finansowe, dokumenty rejestracyjne firm i konta bankowe są sprawdzane w celu odrzucenia nierzetelnych usługodawców. Wprowadzono również politykę zakupową, procedury przetargowe, procedury kontrolingu i prawne, których celem jest ograniczenie wszelkich niezgodnych z prawem praktyk, naruszeń prawa, korupcji i nadużyć oraz innych negatywnych konsekwencji nieprzestrzegania przepisów w ramach Grupy. Ponadto wszystkie procesy zakupowe w Allegro są zarządzane za pośrednictwem zintegrowanych systemów informatycznych, które zapewniają pełną przejrzystość w zakresie zgodności z procedurami.

Częścią procesu weryfikacji partnerów biznesowych w Segmencie Mall było wypełnienie zobowiązań wobec klientów, pracowników, akcjonariuszy i dostawców. W ramach tego procesu weryfikowano również, czy firmy przestrzegają swoich zobowiązań wynikających z przepisów prawa. Proces ten został również opracowany w taki sposób, aby zapobiec przypadkowemu lub nieumyślnemu zaangażowaniu spółek Segmentu Mall w oszustwa podatkowe inicjowane przez nieuczciwych sprzedawców.

Allegro wdrożyło również system ładu korporacyjnego, zarządzania ryzykiem i zgodności obejmujący wszystkie jego operacje. Obejmuje on standardy operacyjne, zapobieganie korupcji, zgodność z prawem konkurencji, zapobieganie konfliktom interesów, ochronę informacji i danych, zapobieganie nieuczciwej 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.

Więcej informacji na temat procesu zarządzania ryzykiem przedstawiono w Skonsolidowanym raporcie rocznym Allegro za 2023 r. w punkcie zatytułowanym „System zarządzania ryzykiem, czynniki ryzyka i kwestie regulacyjne”.

Ocena ryzyka ESG obejmuje wnioski z analizy ryzyka przeprowadzonej w poprzednim roku sprawozdawczym. Następujące ryzyka ESG zostały oznaczone jako główny przedmiot działań z zakresu ESG. Proces identyfikacji i oceny ryzyka niefinansowego stanowi integralną część systemu zarządzania ryzykiem.

Główny rodzaj ryzyka	Mapa ryzyka	Plan mitygacji ryzyka
Ryzyko środowiskowe i klimatyczne	Chociaż e-commerce jest bardziej ekologiczny niż tradycyjne formy handlu detalicznego, Grupa ma świadomość, że jej działalność wywiera negatywny wpływ na środowisko (np. emisja CO2, odpady opakowaniowe). Rozwój działalności, bez wdrożenia programów redukcji emisji gazów cieplarnianych i zużycia energii, a także inicjatyw z zakresu zrównoważonego rozwoju, może skutkować negatywnym wpływem na środowisko. Nowe ramy regulacyjne związane z unijnym Zielonym Ładem i transformacją środowiskową mogą nakładać kolejne obowiązki na firmy z sektora handlu detalicznego, a być może także na inne podmioty. Zmiany klimatu, które obecnie obserwujemy, mogą potencjalnie doprowadzić do istotnych zmian w sposobie prowadzenia działalności, a także w poziomie przychodów i kosztów. Inicjatywy zmierzające do ograniczenia emisji śladu węglowego oraz rozwiązania technologiczne zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju, np. zrównoważone opakowania, mogą przełożyć się na wzrost kosztów działalności spółki.	Więcej informacji przedstawiono w rozdziale Zmiany klimatu i zrównoważona logistyka.
Ryzyko społeczne	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.	Najlepsze praktyki dotyczące marketingu i komunikacji w zakresie zrównoważonego rozwoju w Allegro
Ryzyko związane z prawami człowieka	Mechanizmy kontroli i zapobiegania stosowane w ramach struktury compliance Grupy mogą okazać się niewystarczające, aby zapewnić odpowiednią ochronę Grupy przed wszelkimi naruszeniami praw człowieka, takimi jak nierówne traktowanie pracowników (np. przy rekrutacji, wynagradzaniu, szkoleniu i awansowaniu itd.) lub innymi naruszeniami, które mogą mieć miejsce w przypadku partnerów zewnętrznych i dostawców.	Polityka praw człowieka

Główny rodzaj ryzyka	Mapa ryzyka	Plan mitygacji ryzyka
Praktyki pracownicze	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 konkurencyjnego prowadzenia 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. Zagrożenia i sytuacje niebezpieczne związane z pracą oraz ryzyko odniesienia obrażeń lub utraty zdrowia w związku z pracą, w tym wypadki i choroby zawodowe, mogą mieć również istotny negatywny wpływ na działalność Grupy.	Więcej informacji przedstawiono w rozdziale Warunki pracy i równość szans
Ryzyko korupcji i innych naruszeń	Grupa może być narażona na przypadki korupcji lub przekupstwa (łapówki, nielegalne gratyfikacje, wymuszanie zapłaty, przestępczość cyfrowa), konflikt interesów lub inne nadużycia, a także na brak zapewnienia właściwej ochrony danych osobowych klientów.	Kodeks Etyki Więcej informacji przedstawiono w rozdziale Etyka i zgodność z przepisami
Ryzyko związane z cyberbezpieczeństwem i naruszeniami ochrony danych osobowych	Grupa obsługuje platformy i usługi dostępne w Internecie, które mogą ucieść w wyniku cyberataku. Cyberbezpieczeństwo, zarządzanie danymi osobowymi oraz zapewnienie odpowiedniego poziomu bezpieczeństwa naszej infrastruktury to ważne elementy naszej działalności.	Polityka bezpieczeństwa, RODO Więcej informacji przedstawiono w punkcie Cyberbezpieczeństwo, prywatność danych i ochrona danych

Grupa zidentyfikowała ryzyka i szanse związane z klimatem. Jedyną znaczącą różnicą w metodologii oceny ryzyka klimatycznego w porównaniu z oceną innych rodzajów ryzyka związanego z ESG był dłuższy okres oceny, co jest zgodne z zaleceniami sformułowanymi przez Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD, Grupa Zadaniowa ds. Ujawniania Informacji Finansowych Związanych z Klimatem). W analizie określono trzy perspektywy czasowe: krótkoterminową (do 2025 r.), średnioterminową (2025-2030) i długoterminową (2030-2050). Zgodnie z ustaleniami IPCC dotyczącymi skutków zmiany klimatu w perspektywie krótkoterminowej, różnice we wzroście temperatury do 2035 r. dla dwóch scenariuszy RCP są nieistotne. Z tego powodu w perspektywie krótko- i średnioterminowej ustalono, że fizyczny wpływ zmian klimatycznych na spółkę pozostanie bez zmian. Ustalenia te zostały potwierdzone w kontekście Polski przy użyciu na-

rzędzia modelowania Banku Światowego opartego na scenariuszach stosowanych przez IPCC. Dla obu scenariuszy przeanalizowano następujące parametry w kontekście możliwości wystąpienia ryzyka fizycznego: wzrost średnich miesięcznych temperatur, opadów atmosferycznych oraz liczby dni gorących w roku (>35°C) W zakresie ryzyk przejściowych założono, że skutki zmian klimatycznych nie będą miały negatywnego wpływu na najważniejsze z punktu widzenia Grupy Allegro wskaźniki ekonomiczne dla Polski – PKB, stopę bezrobocia, inflację i średni dochód do dyspozycji. Dodatkowo przeprowadzono analizę trendu (rosnący, malejący lub bez zmian).

W procesie analizy ryzyka klimatycznego Allegro.eu wykorzystano scenariusze klimatyczne opracowane przez Międzyrządowy Zespół ds. Zmian Klimatu (IPCC). Wyodrębniono dwa warianty RCP

(Representative Concentration Pathways), które są kluczowe z punktu widzenia działalności Grupy: RCP 2.6 – wariant zakładający wzrost temperatury o ok. 1,5°C do końca stulecia; oraz RCP 8.5 – wariant zakładający wzrost temperatury o ok. 4°C do końca stulecia.

Wybrane scenariusze klimatyczne zostały skalibrowane pod kątem warunków lokalnych i potencjalnego wpływu na sektor. Poniżej przedstawiamy kluczowe megatrendy zidentyfikowane w Europie i Polsce, które mają znaczenie dla każdego scenariusza stanowiącego podstawę do analizy ryzyka i szans związanych z klimatem w Grupie.

Scenariusz <2°C zgodny z porozumieniem paryskim (RCP 2.6)	Scenariusz zakładający 4°C (RCP 8.5)
<p>Wyższe prawdopodobieństwo i skala ryzyk transformacyjnych (w średnim i długim okresie):</p> <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 promulgowanych 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 	<p>Mniejsze prawdopodobieństwo i skala ryzyk transformacyjnych (w średnim i długim okresie):</p> <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 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

Poniżej znajduje się pełna lista wszystkich rodzajów ryzyka klimatycznego, które mają największe znaczenie z perspektywy Allegro (zostały one ocenione jako wysokie w naszej analizie istotności). Zgodnie ze standardami ESRS, przedstawiamy również poziom przewidywanego wpływu finansowego i nasz plan ograniczania tych rodzajów ryzyka.

Ryzyko (wyłącznie ocenione jako wysokie)	Wpływ w krótkim okresie	Wpływ na działalność	Plan ograniczania ryzyka	Zmiana w średnim okresie		Zmiana w długim okresie	
				4°C	<2°C	4°C	<2°C
Ryzyko regulacyjne związane z klimatem							
Ryzyko zwiększonych wymagań i większej precyzjności sprawozdawczości niefinansowej w kwestiach klimatycznych.	Wysokie	Bezpośredni wpływ finansowy (1-10 mln PLN) Wyższe koszty operacyjne związane ze sporządzaniem raportów ESG i wdrażaniem systemów zarządzania danymi.	Plan ograniczania ryzyka: Współpraca wewnętrzna i zewnętrzna w celu zapewnienia zgodności z najnowszym środowiskiem regulacyjnym w zakresie ESG. Wdrożenie skutecznych mechanizmów kontroli wewnętrznej i ładu korporacyjnego w celu nadzorowania procesu sprawozdawczości oraz zapewnienia stałych przeglądów i usprawniania praktyk w zakresie sprawozdawczości. Zapewnienie szkoleń dla pracowników uczestniczących w procesie sprawozdawczości.	▲	=	=	=
Ryzyko ograniczenia możliwości realizacji dostaw z wykorzystaniem pojazdów spalinowych w centrach miast. Ryzyko konieczności dynamicznych zmian we flotach własnych i podwykonawców (popyt większy niż podaż floty nisko/zeroemisyjnej)	Wysokie	Bezpośredni wpływ finansowy (10-100 mln PLN). Ograniczona zdolność do świadczenia usług dostaw do centrów miast, konieczność zmiany modelu biznesowego, wyższe (nieplanowane) koszty operacyjne związane z zakupem pojazdów nisko- i zeroemisyjnych.	Plan ograniczania ryzyka: Testowanie transportu niskoemisyjnego. Wsparcie kierowców poprzez budowę infrastruktury dla pojazdów niskoemisyjnych w lokalizacjach Allegro Depot i Fulfilment. Więcej informacji na temat tych inicjatyw przedstawiono w punkcie Zrównoważona logistyka.	▲	=	▲	▲

Ryzyko (wyłącznie ocenione jako wysokie)	Wpływ w krótkim okresie	Wpływ na działalność	Plan ograniczania ryzyka	Zmiana w średnim okresie		Zmiana w długim okresie	
				4°C	<2°C	4°C	4°C
Ryzyko utraty reputacji związane z klimatem							
Ryzyko niespełnienia obietnic klimatycznych, np. niewystarczająca podaż energii ze źródeł odnawialnych.	Wysokie	Reputacja. Pośredni wpływ finansowy. Spadek zaufania klientów i dostawców. Większa presja regulacyjna lub potencjalne kary finansowe w przyszłości. Potencjalna nagła konieczność zakupu certyfikatów kompensacyjnych po wyższych cenach dla osiągnięcia celów strategicznych. Wyższe koszty zadłużenia.	Nadzór Rady Dyrektorów nad strategią ESG i planem wdrożenia. Więcej informacji w rozdziale Ład korporacyjny. Podjęcie szeregu inicjatyw w celu wypełnienia założeń klimatycznych i osiągnięcia celów w zakresie dekarbonizacji.	▲	=	▼	=
Ryzyko rynkowe związane z klimatem							
Ryzyko zmniejszenia dostępności energii odnawialnej do realizacji celów strategicznych.	Wysokie	Bezpośredni wpływ finansowy (10-100 mln PLN) Wyższe koszty operacyjne, pogorszenie wyników finansowych.	Zawarcie umowy VPPA, zakup gwarancji pochodzenia i instalacja paneli fotowoltaicznych.	▲	=	▼	=
Ryzyko wzrostu obciążeń finansowych związanych z zakupem energii elektrycznej.	Wysokie	Finansowy (10-100 mln PLN) Wyższe koszty operacyjne, brak nowych inwestycji, stagnacja w rozwoju, niższa konkurencyjność.	Więcej informacji na temat tych inicjatyw przedstawiono w punktach Zmiana klimatu i Zrównoważona logistyka.	▲	=	▲	▲

Trend:
▼ spadek
= brak zmian
▲ wzrost

Grupa Allegro zdaje sobie sprawę z tego, że zmiany klimatyczne wiążą się nie tylko z ryzykiem, ale także z szansami, które można skutecznie wykorzystać w celu zwiększenia wartości przedsiębiorstwa, obniżenia kosztów prowadzenia działalności i obniżenia kosztów finansowania. Korzystając z klasyfikacji TCFD i standardów ESRS, zidentyfikowaliśmy szanse dla Grupy Allegro związane z ESG, w tym ze zmianami klimatycznymi.

Szanse (wyłącznie ocenione jako wysokie)	Wpływ w rótkim okresie	Wpływ na działalność	Zmiana w średnim okresie		Zmiana w długim okresie	
			<2°C	4°C	<2°C	4°C
Większe zaangażowanie i dbałość sprzedających o kwestie związane z klimatem oraz zapewnienie, że sprzedający są w stanie wypełnić swoje zobowiązania (w tym wymogi prawne) związane ze zmianami klimatu	Wysokie	Bezpośredni wpływ finansowy (10-100 mln PLN)	▲	▲	▲	▲
Potencjalny spadek kosztów energii dzięki poprawie efektywności energetycznej	Wysokie	Bezpośredni wpływ finansowy (10-100 mln PLN)	=	=	=	=
Potencjalny wzrost wartości firmy dzięki poprawie ratingów ESG	Wysokie	Reputacja. Pośredni wpływ finansowy.	▲	=	▲	▲

Trend:
▼ spadek
= brak zmian
▲ wzrost

3.4.6 STRATEGIA PODATKOWA

GRI 3-3, 207-1

Wkład Allegro w gospodarkę: ok. 365 mln PLN podatku dochodowego zapłaconego przez Grupę w roku podatkowym 2023.

Polityka podatkowa 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. Rzeczywista strategia podatkowa Grupy wynika z szeregu wewnętrznych procedur obowiązujących w poszczególnych spółkach, a raporty z realizacji strategii są publicznie dostępne w odpowiednich serwisach prowadzonych przez te spółki zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa.

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.

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 ograniczać 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 podatko-

wych 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 zewnętrzny i niezależny podmiot uprawniony.

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 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 działalności w krajach uznawanych za raje podatkowe.

3.4.7. CYBERBEZPIECZEŃSTWO, PRYWATNOŚĆ I OCHRONA DANYCH

GRI 3-3, 418-1

Allegro buduje platformę odporną na różnego rodzaju zagrożenia zewnętrzne, w tym na ataki DDoS i ataki hakerskie, a także na wycieki danych. Wiąże się to z ciągłym rozwojem i ulepszaniem procedur bezpieczeństwa i infrastruktury technicznej, aby zachować skuteczność w dynamicznie zmieniającym się środowisku. Ponadto Allegro koncentruje się na edukacji pracowników, klientów i sprzedających w zakresie zagrożeń związanych z cyberbezpieczeństwem. Kluczowym aspektem tego procesu jest edukacja pracowników w zakresie zasad bezpieczeństwa oraz zwiększanie ogólnej świadomości wśród pracowników, klientów i sprzedających na temat bezpiecznego korzystania z technologii. Takie podejście ma zasadnicze znaczenie dla utrzymania skuteczności w dynamicznym i nieustannie zmieniającym się środowisku cybernetycznym.

Strategia bezpieczeństwa Grupy Allegro została opracowana w oparciu o Ocenę Ryzyka, wnioski płynące z wcześniejszych incydentów, wyniki audytów i kontroli wewnętrznych oraz zewnętrznych, a także różnego rodzaju standardy, takie jak: standardy z rodziny ISO 2700x i inne, standardy National Institute of Standards and Technology (NIST), Center for Internet Security (CIS), Control Objectives for Information and Related Technology (COBIT). Wykorzystano również dobre praktyki wynikające z wytycznych takich jak The Open Worldwide Application Security Project (OWASP). Allegro sp. z o.o. posiada certyfikaty PCI DSS v4 (Payment Card Industry Data Security Standard) – Level 1 Service Provider oraz Level 1 Merchant.

Co dwa lata przeprowadzany jest Audyt Dojrzałości Cyberbezpieczeństwa, mający na celu weryfikację dojrzałości grupy w tym obszarze oraz porównanie jej z aktualnymi standardami rynkowymi i dobrymi praktykami. Wyniki przeglądu są przyporządkowane do mechanizmów kontrolnych przez zewnętrznego audytora: National Institute of Standards and Technology (NIST), aby uzyskać odniesienie do konkretnego standardu na przestrzeni lat. Z audytu na

audyt poziom dojrzałości wzrasta. Obecnie średnia ocena Allegro w skali 1-5 wynosi 4,42. Ambicją firmy jest ciągle podnoszenie swojej dojrzałości.

Strategia Allegro zakłada nie tylko zapewnienie nieprzerwanej obsługi i bezpieczeństwa danych, ale także podnoszenie świadomości w tym zakresie. Częścią tego podejścia jest przeprowadzanie dokładnych testów w celu oceny i wzmocnienia środowiska cyfrowego. Ten podwójny nacisk na podnoszenie świadomości i rygorystyczne testy składa się na kompleksowe podejście do bezpieczeństwa cyfrowego, mające na celu zwiększenie ogólnego bezpieczeństwa i niezawodności platformy dla klientów i sprzedających. Integralną częścią tej strategii jest cel w zakresie zapobiegania i szybkiego reagowania, koncentrujący się na zapobieganiu problemom przed ich wystąpieniem i szybkim rozwiązywaniu tych, które mają miejsce.

Kompleksowe podejście do bezpieczeństwa w Allegro obejmuje nie tylko zabezpieczenia techniczne, ale także silny nacisk na podnoszenie świadomości wśród pracowników, partnerów i klientów. Działania te rozpoczynają się od gruntownych szkoleń onboardingowych dla nowych pracowników i są kontynuowane przez obowiązkowe coroczne kursy przypominające, dzięki którym wszyscy pracownicy są na bieżąco z najnowszymi praktykami w zakresie bezpieczeństwa.

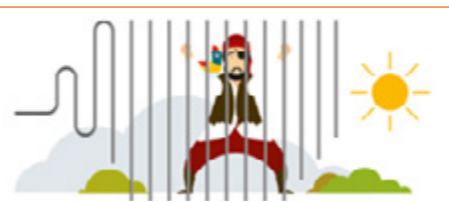
Pracownicy Allegro biorą również aktywny udział w konferencjach, szkoleniach i spotkaniach szkoleniowych jako prelegenci, rozpowszechniając wiedzę na temat bezpiecznego funkcjonowania w cyfrowym świecie. Uczestniczyli m.in. w takich wydarzeniach jak OhMyHack2023, Open Eyes Economy Summit 2023, EMSPower 2023, lokalnych spotkaniach ISSA (Information Systems Security Association), DC4822 – Warszawskiej Grupie DEF CON czy spotkaniach społeczności CSO Council. Udział przedstawicieli firmy w różnych forach i konferencjach branżowych oraz dotyczących bezpieczeństwa podkreśla nasze zaangażowanie w dzielenie się wiedzą i promowanie świadomości w zakresie bezpieczeństwa cyfrowego.

Ponadto w działania związane z bezpieczeństwem zaangażowany jest interdyscyplinarny zespół ds. bezpieczeństwa. Zespół CERT Allegro (Computer Emergency Response Team Allegro) został powołany w celu podniesienia poziomu bezpieczeństwa w Allegro oraz podniesienia świadomości w zakresie bezpieczeństwa wśród pracowników i użytkowników.

W jego skład wchodzi członkowie następujących zespołów: Zespołu ds. Bezpieczeństwa Informacji, Zespołu Reagowania na Incydenty Bezpieczeństwa Komputerowego, Zespołu ds. Cyberobrony i Przystępstw, Zespołu ds. Zwalczania Nadużyć Finansowych oraz Zespołu ds. Współpracy z Organami Ścigania.

Computer Emergency Response Team

Dbamy o bezpieczeństwo infrastruktury Allegro i jej użytkowników



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 pracowników i użytkowników.

W ramach swojej działalności CERT koordynuje i obsługuje incydenty i inne zdarzenia związane z zagrożeniami cyberbezpieczeństwa w 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 – <https://www.trusted-introducer.org/directory/teams/cert-allegro.html>; wspiera Zespół Zarządzania Kryzysowego w przypadku wystąpienia sytuacji kryzysowych związanych z cyberbezpieczeństwem oraz opracowuje narzędzia do wykrywania, analizowania i korelowania zagrożeń.

Allegro jest członkiem Trusted Introducer – inicjatywy powołanej przez sieć europejskich organizacji zrzeszających zespoły reagowania na cyberzagrożenia. Przedstawiciele Allegro są również aktywnymi

członkami różnych grup roboczych, w tym Grupy IAB Polska ds. Cyberbezpieczeństwa (której przewodniczy jedna z pracowniczek firmy), Rady CSO (pracownik Allegro jest w radzie) itd. Powstała też dedykowana strona dla użytkowników i partnerów poświęcona aktualnym tematom i informacjom o tym, jak być bezpiecznym w cyfrowym świecie – <https://cert.allegro.com/>.

Dla uczestników festiwalu Pol'and'Rock 2023 zespół CERT Allegro zorganizował wspólnie z polskim kabaretem Paraniernormalni humorystyczny konkurs dotyczący bezpieczeństwa w sieci. Z kolei w Strefie Allegro psi członek zespołu, Azorro, zachęcał dorosłych i dzieci do rozwiązania krzyżówki na temat bezpieczeństwa w sieci.

Oprócz wielu proaktywnych środków bezpieczeństwa Grupa Allegro stosuje też środki reaktywne, ponieważ incydenty to przykra rzeczywistość – to nie kwestia „czy”, ale raczej „kiedy” się wydarzą. Dlatego też ochrona bezpieczeństwa firmy ma ogromne znaczenie, a jej częścią jest opracowanie niezawodnych planów awaryjnych przygotowanych na takie sytuacje. Aby zagwarantować, że plany będą skuteczne, kiedy zajdzie potrzeba ich realizacji, są one regularnie testowane i ulepszone w oparciu o wnioski wyciągnięte podczas testów.

Odporność platform Allegro jest przedmiotem ciągłej oceny, dokonuje się analizy reakcji na incydenty związane z bezpieczeństwem, a także

przeprowadza się symulacje różnych scenariuszy opracowanych na podstawie historycznych zdarzeń mających miejsce w firmach podobnych do Allegro. Zespół bada również hipotetyczne sytuacje, które mogą potencjalnie wpłynąć na firmę, takie jak naruszenie bezpieczeństwa danych lub infiltracja stacji roboczych przez złośliwe oprogramowanie. Przeprowadzane są nie tylko testy wewnętrzne; do przeprowadzania dokładnych ocen angażowane są zewnętrzne podmioty specjalistyczne, a nawet organizowane są publiczne i prywatne programy Bug Bounty, w ramach których do testowania platformy zapraszani są etyczni hakerzy, w związku z czym platforma Allegro jest nieustannie testowana. Oprócz testów infrastruktury przeprowadzane są również testy phishingowe mające na celu sprawdzenie czujności pracowników.

Co więcej, po wystąpieniu jakiegokolwiek incydentu (nie tylko związanego z bezpieczeństwem i nie ograniczającego się do technologii) przeprowadzane są analizy retrospektywne, mające na celu ustalenie przyczyn incydentu i opracowanie planu naprawczego, którego ostatecznym celem jest wyeliminowanie podobnych zdarzeń w przyszłości. Bezpieczeństwo jest integralną częścią strategii Allegro, a zespół dokłada wszelkich starań, aby stale się rozwijać i dążyć do doskonałości.

Istotnym aspektem jest budowanie zaufania do zespołu ds. bezpieczeństwa, dzięki któremu pracownicy nie boją się zgłaszać incydentów. Gdy to robią, otrzymują wsparcie i pomoc w ich rozwiązaniu. Gdy ktoś zgłasza luki w zabezpieczeniach lub incydenty zespołowi ds. bezpieczeństwa, jego wysiłki są nagradzane, co zachęca pracowników do kontrybuowania w bezpieczeństwo cyfrowe firmy. Im wcześniej zespół dowie się o lukach w zabezpieczeniach i incydentach, tym szybciej może zareagować i zneutralizować wszelkie potencjalne zagrożenia. Użytkownicy mogą zgłaszać incydenty na wiele sposobów. Istnieją sformalizowane ścieżki poprzez systemy zgłoszeń, e-maile, wewnętrzne kanały czatu, a także nieformalne, takie jak rozmowy telefoniczne lub wewnętrzne wiadomości do działu bezpieczeństwa. Niezależnie od kanału, ważne jest, aby informacje trafiły we właściwe ręce. Chociaż do tej pory wiele zespoły ds. bezpieczeństwa pełniły służbę 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu, w 2023 r. w organizacji ustanowiono nową rolę – Security Incident Commander. Osoba na tym stanowisku

pełni dyżur 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu i jest odpowiedzialna za koordynację działań związanych z eliminowaniem incydentów w zakresie bezpieczeństwa oraz odpowiednie postępowanie i komunikację działań w ramach organizacji.

Ze względu na charakter swojej działalności Grupa Allegro ma dostęp do danych osobowych sprzedających i klientów. Ze względu na skalę działalności firmy, zarządza ona ogromną ilością danych. Dlatego szczególny nacisk kładzie się na staranną ochronę danych osobowych. Spółka przestrzega w pełni przepisów RODO. Decyzje i wytyczne wydane przez Urząd Ochrony Danych Osobowych (UODO) i EROD (Europejską Radę Ochrony Danych) są uważnie monitorowane, a w razie potrzeby wprowadzane są odpowiednie zmiany w politykach i procesach. Stale monitorowana jest również aktywność orzecznicza organów ds. RODO w państwach członkowskich UE oraz globalne trendy wynikające z decyzji lub wytycznych publikowanych przez takie organy. Wszystkie prawa pracowników, klientów i partnerów w odniesieniu do ich danych osobowych są realizowane, w tym między innymi: prawo do usunięcia danych (prawo do bycia zapomnianym), do sprostowania, uzyskania kopii danych osobowych, a także wycofania i wyrażenia zgody na ich przetwarzanie. Dla każdego rodzaju danych Allegro wprowadziło politykę retencji i przechowywane są tylko niezbędne dane, co minimalizuje skalę ich gromadzenia. Usuwane są także dane, w odniesieniu do których nie ma podstaw prawnych do ich przechowywania, oraz te wymagające usunięcia zgodnie z przyjętymi zasadami retencji. Grupa Allegro nie sprzedaje, nie wynajmuje ani nie użycza danych osobowych stronom trzecim i wykorzystuje je tylko w przypadku, gdy ma podstawy prawne do ich przetwarzania, takie jak umowa lub prawidłowo udzielona zgoda. Wszyscy pracownicy Allegro przechodzą szkolenia z zakresu polityki bezpieczeństwa i RODO. Przeprowadzono również audyty wewnętrzne mające na celu weryfikację przestrzegania przepisów RODO w wybranych obszarach (np. profilowanie, świadomość zgłaszania incydentów, pliki cookie).

Przedstawiciele Allegro są aktywnymi członkami szeregu grup roboczych, w tym Grupy IAB Polska ds. Prywatności, Stowarzyszenia Praktyków Ochrony Danych i innych. Pracownicy Allegro biorą również aktywny udział w konferencjach i szkoleniach poświęconych ochronie prywatności. Poprowadzili cykl

wykładów w ramach Dentons Privacy Academy 2023, podczas których prezentowali podejście Allegro do kwestii związanych z RODO, byli gościnnymi prelegentami Forum Odpowiedzialnego Biznesu w Poznaniu na temat praktycznych problemów z danymi osobowymi w e-commerce oraz cyberbezpieczeństwa z perspektywy ESG itd.

Jedną z platform Grupy Allegro została poddana audytowi w 2023 roku. Audyt miał charakter sektorowy, co oznacza, że został wcześniej zaplanowany na 2023 r. przez Urząd Ochrony Danych Osobowych. Urząd poinformował, że nie stwierdzono żadnych naruszeń przepisów o ochronie danych osobowych. Nie wystosowano ani jednego ostrzeżenia, nagany czy wezwania do doprowadzenia procesu przetwarzania danych do stanu zgodnego z przepisami.

Przy zachowaniu najwyższych standardów w grupie, wdrożone zostały niezbędne polityki i procesy, takie jak: polityki prywatności dla klientów, partnerów, pracowników, kandydatów do pracy, uczestników różnego rodzaju programów. Przed rozpoczęciem współpracy z każdym podmiotem, któremu mają być powierzone dane osobowe, przeprowadzana jest weryfikacja zgodności jego działań z RODO, podpisywane są stosowne umowy o powierzeniu przetwarzania danych osobowych (DPA – Data Processing Agreement), a także przeprowadzane są audyty weryfikujące, czy przekazane przez Allegro dane są odpowiednio zabezpieczone i przetwarzane zgodnie z zawartymi umowami. W przypadku projektów wiążących się z przetwarzaniem danych osobowych przeprowadzana jest ocena skutków dla prywatności danych (DPIA – Data Privacy Impact Assessment). We wszystkich spółkach grupy powołany został Inspektor Ochrony Danych (Data Protection Officer), który czuwa nad tym, aby dane osobowe były przetwarzane zgodnie z przepisami prawa i najwyższymi standardami. Rozpoczęto również proces ujednolicania podejścia do RODO w całej Grupie Allegro, w tym w spółkach zagranicznych.

Jednym z najważniejszych aspektów bezpieczeństwa jest czynnik ludzki i budowanie świadomości wśród pracowników. Wszyscy pracownicy Allegro przechodzą szkolenia z zakresu polityki bezpieczeństwa i RODO (obejmujące informacje ogólne, a także wewnętrzne polityki i procedury), które odbywają się podczas sesji onboardingowych i są powtarzane co roku. W trakcie szkoleń onboardingowych prowadzo-

ne są również warsztaty z zakresu bezpieczeństwa z wykorzystaniem studiów przypadku, które pomagają w rozpoznawaniu kampanii phishingowych. Podczas tego szkolenia duży nacisk kładziony jest przekazaniu informacji na temat Planu Reagowania na Incydenty: gdzie i jakie incydenty należy zgłaszać, aby jak najszybciej je wyeliminować, a w razie potrzeby zachować odpowiedni reżim zgłaszania Naruszenia Danych do organów państwowych.

Wydarzenia specjalne, takie jak Miesiąc Cyberbezpieczeństwa, Dzień Bezpiecznego Internetu i Dzień Hasła, 17. Dzień Ochrony Danych, 5 lat z RODO służą jako platformy do prowadzenia kampanii edukacyjnych i konkursów. Prowadzone są również dedykowane sesje szkoleniowe dla programistów na temat bezpiecznego kodowania i innych rozwiązań zwiększających bezpieczeństwo właściwych dla poszczególnych funkcji. Allegro podkreśla, że dbałość o bezpieczeństwo to wspólny obowiązek, w realizacji którego kluczową rolę odgrywa każdy członek zespołu, od deweloperów po właścicieli produktów. Zespół ds. bezpieczeństwa odgrywa zasadniczą rolę we wspieraniu tych wysiłków i kierowaniu nimi, co pozwala zapewnić jednolite podejście do cyberbezpieczeństwa. Dodatkowo, aby zwiększać świadomość, Allegro uruchomiło dedykowaną stronę internetową, na której dzieli się najlepszymi praktykami w zakresie bezpieczeństwa korzystania z Internetu i platform ze swoimi klientami i partnerami, podkreślając swoje zaangażowanie w bezpieczne środowisko cyfrowe.

W 2023 r. Allegro było stroną 10 nowych postępowań w związku ze skargami klientów złożonymi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych. W 2023 r. trzy postępowania zakończyły się dla Allegro decyzją nakazującą podjęcie działań w pojedynczych sprawach, ale bez nakładania grzywn lub innych środków karnych, w tym obowiązku zmiany lub zaprzestania procesów prowadzonych między spółkami. W 2023 roku na Allegro nie zostały nałożone żadne kary za naruszenie przepisów o ochronie danych. Na każdym etapie zbierania i przetwarzania danych spółka dba o wywiązanie się z obowiązku informowania klientów o celu i zakresie przetwarzania jego danych oraz o przysługującym mu prawie dostępu do swoich danych i ich poprawiania.

Liczba incydentów	Grupa			Działalność w Polsce			
	2023	2022	r/r zmiana	2023	2022	r/r zmiana	2021
Incydenty bezpieczeństwa skutkujące karami nałożonymi przez organy regulacyjne	0	0	0	0	0	0	0
Liczba pracowników przeszkolonych w zakresie polityki bezpieczeństwa informacji	58%	N/D	N/D	58%	47%	+11pp	86%

Poniższe tabele podsumowują wydarzenia w zakresie cyberbezpieczeństwa i ochrony prywatności danych oraz liczbę skarg złożonych do organu regulacyjnego wymagających podjęcia działań naprawczych w poszczególnych przypadkach.

	Grupa			Działalność w Polsce			
	2023	2022	r/r zmiana	2023	2022	r/r zmiana	2021
Naruszenia cyberbezpieczeństwa (całkowita liczba zidentyfikowanych wycieków, kradzieży lub utraty danych klientów)	0	0	0	0	0	0	0
Naruszenia prywatności danych (zgłoszone do odpowiednich organów)	3 ^[1]	1	2	3	1	2	11

	Grupa			Działalność w Polsce			
	2023	2022	r/r zmiana	2023	2022	r/r zmiana	2021
Skargi zgłoszone do organu regulacyjnego wymagające podjęcia działań naprawczych	0	0	0	0	0	0	0

Ze względu na zaangażowanie kierownictwa w kwestie bezpieczeństwa i ochrony prywatności w Grupie Allegro, w dniu 27 listopada 2023 r. Rada Nadzorcza Allegro.eu podjęła decyzję, aby kwestie związane z bezpieczeństwem i ochroną prywatności stanowiły część kompetencji Komitetu Audytu (w którym dwóch lub trzech członków, w tym przewodniczący, to dyrektorzy niezależni). Ponadto Jonathan Eastick (CFO) został mianowany członkiem rady nadzorczej odpowiedzialnym za Bezpieczeństwo i Ochronę Prywatności w Grupie. Nadzór nad cyberbezpieczeństwem powierzono Dyrektorowi ds. Bezpieczeństwa i jego zespołowi,

co zapewni skoncentrowane i fachowe podejście do ochrony zasobów cyfrowych firmy i prywatności jej użytkowników. Podsumowaniem tych działań było przeprowadzenie Oceny Dojrzałości Cyberbezpieczeństwa. Audyty te są przeprowadzane co dwa lata i za każdym razem audytor zewnętrzny oceniał dojrzałość procesów na wyższym poziomie, co świadczy o ciągłym doskonaleniu i wzmacnianiu stanu cyberbezpieczeństwa organizacji.

[1] Wystąpiły trzy drobne incydenty z udziałem pracowników Allegro, które nie miały wpływu na przetwarzanie dużych zbiorów danych lub wrażliwych danych osobowych.

3.5. All 4 people

3.5.1. RÓWNE SZANSE

GRI 2-7, 2-8, 3-3, 404-1, 404-3, 405-1, S1-6, S1-15

Big Numbers

- Skorygowana luka płacowa między kobietami a mężczyznami dla Działalności w Polsce na poziomie 3%
- 5 514 pracowników zatrudnionych na umowę o pracę
- 53% pracowników, którzy wzięli udział w co najmniej jednym szkoleniu
- 2 094 działań rozwojowych w polskich spółkach
- 36.3 – średnia liczba godzin szkoleniowych na pracownika

Strategicznym celem Allegro jest stworzenie miejsca pracy, w którym różnorodni utalentowani pracownicy i pracownice znajdą możliwość rozwoju i pełnego wykorzystania swojego potencjału. Allegro dokłada wszelkich starań, aby być pracodawcą z wyboru i tworzyć warunki, w których każdy pracownik czuje się doceniany. Allegro rozumie i docenia korzyści, jakie dla innowacyjnej firmy wnoszą różnorodność i inkluzywność; usprawniają one proces podejmowania decyzji, wzmacniają poczucie przynależności i przyczyniają się do budowania pozytywnej atmosfery w pracy. Zaangażowanie Spółki na rzecz równości znajduje odzwierciedlenie w działaniach podejmowanych w celu zapewnienia przejrzystości i sprawiedliwego traktowania we wszystkich obszarach. Badania Światowego Forum Ekonomicznego wykazują, że firmy z ponadprzeciętnymi wynikami w zakresie różnorodności generują średnio 45% swoich przychodów z innowacji, podczas gdy firmy z wynikami poniżej średniej tylko 26%.

Allegro.eu i spółki z Grupy wierzą w siłę różnorodności, która sprzyja tworzeniu i rozwijaniu kreatywnego miejsca pracy. Inkluzywne i zróżnicowane środowisko pracy to takie, w którym każdy pracownik czuje się doceniany, szanowany i wspierany w wykorzystywaniu swojego potencjału. Firma buduje środowisko, w którym każdy może rozwijać się bez ograniczeń i realizować swoje najlepsze pomysły we współpracy z innymi. Jednym z celów jest utrzymanie skorygowanej luki płacowej poniżej 5%.

Strategiczne podejście Allegro do DEI koncentruje się na czterech kluczowych wymiarach:

- Wymiar związany z płcią, ze wsparciem dla grup niedostatecznie reprezentowanych. Cel ten jest osiąganym poprzez promowanie inkluzywności, przełamywanie stereotypów i tworzenie środowiska, w którym każdy może być sobą. Spółka przestrzega zasad równego traktowania w rozmaitych procesach HR, w tym m.in. w rekrutacji, awansowaniu, dostępie do szkoleń i możliwości rozwoju, ustalaniu wynagrodzenia, godzeniu obowiązków zawodowych z rodzinnymi czy ochronie przed mobbingiem, molestowaniem, dyskryminacją i niesłusznym zwolnieniem. Procesy w firmie opierają się na rozwiązaniach gwarantujących obiektywną ocenę umiejętności i kompetencji zawodowych.
- Wymiar różnorodności narodowej i kulturowej, który obejmuje uznawanie i docenianie osób różnych narodowości, grup etnicznych, ras i środowisk kulturowych. Uwzględnienie tego wymiaru różnorodności zwiększa porozumienie międzykulturowe, pozwala na spojrzenie z globalnej perspektywy i przyczynia się do budowania bogatszego i bardziej dynamicznego środowiska pracy.

- Wymiar wieku, który podkreśla integrację osób reprezentujących różne grupy wiekowe i pokolenia. Dostrzeganie i docenianie unikalnych perspektyw i doświadczeń różnych grup wiekowych sprzyja tworzeniu wielopokoleniowych zespołów i wspiera promowanie kultury uczenia się, współpracy i innowacyjności.
- Wymiar niepełnosprawności, który obejmuje dostrzeganie wyjątkowych mocnych stron i zaangażowania każdej osoby, zakłada identyfikowanie i usuwanie barier, wprowadzanie rozsądnych usprawnień i zapewnianie równych szans dla wszystkich.

Zrozumienie tych czterech wymiarów różnorodności i aktywne działania w odniesieniu do nich mają kluczowe znaczenie dla tworzenia miejsca pracy, które jest nie tylko inkluzywne, ale także docenia bogaty wachlarz perspektyw, doświadczeń i refleksji, jakie daje różnorodność w kontekście kultury organizacyjnej i sukcesu firmy.

Środowisko pracy Allegro wspiera rozwój zawodowy i osobisty pracowników oraz zapewnia równe szanse dla wszystkich. Poniższa tabela przedstawia strukturę zatrudnienia w Allegro. Na koniec 2023 r. zespół liczył 6 624 osoby. W ramach Działalności w Polsce zatrudnionych były 4 794 osoby.

Struktura zatrudnienia

Wszyscy pracownicy	Grupa				Działalność w Polsce					
	2023		2022 ^[1]		2023		2022		2021	
Rodzaj umowy										
Osoby zatrudnione na umowy o pracę	5 514	83,2%	5 920	75,6%	4 148	86,7%	4 054	81,3%	3 613	74,5%
Kobiety	2 492	45,2%	2 572	43,4%	1 848	44,6%	1 798	44,5%	1 545	42,8%
Mężczyźni	3 022	54,8%	3 348	56,6%	2 300	55,4%	2 256	55,5%	2 068	57,2%
Kontraktorzy (B2B)	583	8,8%	684	8,7%	456	9,5%	543	10,1%	535	11,0%
Agencje zatrudnienia i usługi zlecane na zewnątrz (w tym osoby świadczące pracę na podstawie umów cywilnoprawnych)	527	8,0%	1 226	15,6%	190	4,0%	389	7,8%	700	14,4%
RAZEM	6 624	100%	7 830	100%	4 794	100%	4 986	100%	4 848	100%

[1] Liczba pracowników za 2022 r. została przekształcona ze względu na korektę w Mall

Forma zatrudnienia w podziale na płeć

Pracownicy zatrudnieni na umowy o pracę	Grupa				Działalność w Polsce					
	2023		2022		2023		2022		2021	
Forma zatrudnienia										
Umowy o pracę na czas nieokreślony	4 881	88,5%	5 191	87,7%	3 647	87,9%	3 462	85,4%	2 868	85,4%
Kobiety	2 169	44,4%	2 191	37,0%	1 603	44,0%	1 489	36,7%	1 200	36,7%
Mężczyźni	2 712	55,6%	3 000	50,7%	2 044	56,0%	1 973	48,7%	1 669	48,7%
Umowy o pracę na czas określony	633	11,5%	729	12,3%	501	12,1%	592	14,6%	745	14,6%
Kobiety	323	51,0%	381	6,4%	245	48,9%	309	7,6%	343	7,6%
Mężczyźni	310	49,0%	348	5,9%	256	51,1%	283	7,0%	401	7,0%
RAZEM	5 514	100%	5 920	100%	4 148	100%	4 054	100%	3 613	100%

Nowi pracownicy

Pracownicy zatrudnieni na umowy o pracę	Grupa				Działalność w Polsce					
	2023		2022		2023		2022		2021	
Nowi pracownicy										
Kobiety	494	48,9%	690	46,2%	268	42,9%	456	45,19%	506	42,4%
Mężczyźni	516	51,1%	802	53,8%	356	57,1%	553	54,81%	687	57,6%
Wiek <30 lat	517	51,2%	724	48,5%	328	52,6%	468	46,38%	652	54,7%
Wiek 31-50 lat	457	45,2%	741	49,7%	283	45,4%	530	52,53%	530	44,4%
Wiek >50 lat	36	3,6%	27	1,8%	13	2,1%	11	1,09%	11	0,9%
RAZEM	1,010	100%	1,492	100%	624	100%	1,009	100%	1,193	100%

Wskaźnik zatrudnienia nowych pracowników

Pracownicy zatrudnieni na umowy o pracę	Grupa				Działalność w Polsce					
	2023		2022		2023		2022		2021	
Łączna liczba i wskaźnik zatrudnienia										
Kobiety	494	19,8%	268	14,5%	456	23,1%	506	32,6%		
Mężczyźni	516	17,1%	356	15,5%	553	30,6%	687	33,2%		
Razem	1 010	18,3%	624	15,0%	1 009	24,9%	1 193	33%		

Wskaźnik rotacji pracowników

Pracownicy zatrudnieni na umowy o pracę	Grupa				Działalność w Polsce					
	2023		2022		2023		2022		2021	
Łączna liczba i wskaźnik zatrudnienia										
Kobiety	582	23,4%	241	13,0%	13,42%	13,5%				
Mężczyźni	729	24,1%	327	14,2%	18,58%	14,7%				
Razem	1 311	23,8%	568	13,7%	16,33%	14,2%				

Różnice w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn

Jedną z głównych ambicji Allegro jest wprowadzenie równych wynagrodzeń dla kobiet i mężczyzn. Nieskorygowana luka płacowa między kobietami a mężczyznami dla Działalności w Polsce wynosi 30,2%. Skorygowana luka płacowa między kobietami a mężczyznami dla Działalności w Polsce wynosi 3%.

Luka w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn (nieskorygowana), zgodnie z dyrektywą UE w sprawie przejrzystości wynagrodzeń, to różnica pomiędzy średnim poziomem wynagrodzenia kobiet i mężczyzn, wyrażona jako iloraz różnicy między wynagrodzeniem brutto mężczyzn i kobiet przez wynagrodzenie brutto mężczyzn.

Allegro dotychczas wykorzystywało skorygowaną lukę w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn opracowaną poprzez obliczenie średnich ważonych dla poszczególnych poziomów kariery w każdej rodzinie stanowisk. Następnie obliczano średnią ważoną na poziomie całej Spółki. Metoda ta jest bardziej precyzyjna w przypadku oceny wynagrodzeń dla poszczególnych stanowisk.

Poniżej przedstawiono lukę w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn na różnych stanowiskach.

Pracownicy zatrudnieni na umowy o pracę	Działalność w Polsce			
	2023		2022	2021
Różnice w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn	Luka w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn ^[1]	Skorygowana luka w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn ^[2]	Skorygowana luka w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn ^[2]	Skorygowana luka w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn ^[2]
Razem	30,2%	3,0%	4,9%	5,7%
Menedżerowie Wyższego Szczebla	N/D	14,5%	7,8%	9,9%
Menedżerowie średniego szczebla	N/D	8,5%		
Eksperti i specjaliści	N/D	2,0%	4,6%	6,2%

Luka w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn to różnica pomiędzy średnimi poziomami wynagrodzeń kobiet i mężczyzn, wyrażona jako iloraz różnicy między wynagrodzeniem brutto mężczyzn i kobiet przez wynagrodzenie brutto mężczyzn. Luka w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn jest obliczana za pomocą następującego wzoru:

$$\frac{\text{Średnie wynagrodzenie godzinowe brutto mężczyzn} - \text{Średnie wynagrodzenie godzinowe brutto kobiet}}{\text{Średni poziom wynagrodzenia godzinowego brutto mężczyzn}} \times 100$$

[1] Luka w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn to różnica pomiędzy średnimi poziomami wynagrodzeń kobiet i mężczyzn, wyrażona jako iloraz różnicy między wynagrodzeniem brutto mężczyzn i kobiet przez wynagrodzenie brutto mężczyzn.

[2] Skorygowana luka w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn jest obliczana za pomocą metody uwzględniającej takie zmienne, jak grupa stanowisk i szczebel kariery, co ma na celu bardziej zniuansowane ujęcie różnic w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn. Obliczenia te obejmują dwa podstawowe etapy. Na początku analiza skupia się na konkretnych rodzinach stanowisk i odpowiednich szczeblach kariery, w przypadku których dla każdej rodziny stanowisk określany jest średni ważony wynik poprzez porównanie wynagrodzeń zasadniczych kobiet z wynagrodzeniami mężczyzn na tym samym szczeblu kariery. Obejmuje to obliczenie średniego wynagrodzenia zasadniczego kobiet i mężczyzn na każdym szczeblu kariery w ramach danej rodziny stanowisk, a następnie przypisanie wagi tym wynikom na podstawie liczby zatrudnionych na każdym szczeblu. Następnie proces jest powtarzany, tym razem biorąc pod uwagę tylko zagregowane wyniki dla każdej rodziny stanowisk i całkowitą liczbę pracowników w tych rodzinach. Efektem zastosowania tej metodologii jest wyliczenie skorygowanej różnicy w wynagrodzeniach kobiet i mężczyzn dla danej grupy, co pozwala uzyskać wskaźnik odzwierciedlający różnice w wynagrodzeniach z uwzględnieniem stanowiska i poziomu w organizacji.

W styczniu 2023 r. do Allegro dołączyła osoba dedykowana do prowadzenia spraw związanych z kwestiami różnorodności i włączania (DEI). Było to nowe i pierwsze w historii Allegro stanowisko, którego zadaniem było wyznaczanie strategicznych kierunków w zakresie DEI dla Allegro i rozwijanie programu inkluzywności. Na przestrzeni roku podjęto i zrealizowano następujące inicjatywy:

- Projekt strategii DEI – opracowany na podstawie szczegółowej oceny obszaru DEI w Allegro, analizy danych i oceny istniejących praktyk.
- Projekt Neuroróżnorodność mający na celu podniesienie świadomości na temat neuroróżnorodności, zbadanie potrzeb organizacyjnych w odniesieniu do neuroróżnorodności na poziomie indywidualnym i na poziomie liderów oraz przedstawienie zaleceń dotyczących dalszych działań w tym zakresie. W 2023 r. utworzono grupę pilotażową na platformie Slack dla osób z ADHD, która zapewniła przyjazną przestrzeń do dzielenia się doświadczeniami (kanał: #adh-d-community).

- Projekt Różnorodność w rekrutacji obejmował weryfikację istniejących praktyk rekrutacyjnych, identyfikację potencjalnych barier w pozyskiwaniu i doborze kandydatów, a na jego zakończenie opracowano zestaw zaleceń.

- Odświeżenie inicjatywy AllWomen Network, czyli nieformalnej społeczności liderki Allegro, które wymieniają się pomysłami, najlepszymi praktykami i inspirują się nawzajem, dzieląc się własnymi doświadczeniami i historiami.

- Sesję budowania świadomości i wiedzy na temat DEI

- dedykowane warsztaty i webinaria DEI (Jak zrozumieć różnorodność, Język inkluzywny, Zarządzanie różnorodnymi zespołami)

- Program rozwoju przywództwa dla kobiet „Leadership by Design” (druga edycja).

- Artykuły na Allegro Home z okazji kampanii krajowych i międzynarodowych, takich jak Miesiąc Różnorodności (maj) czy Międzynarodowy Dzień Osób z Niepełnosprawnościami (grudzień).

Wskaźniki różnorodności	Grupa					
	2023		2022		2021	
Rada Dyrektorów						
Kobiety	3	27,3%	2	22%	2	25%
Mężczyźni	8	72,7%	7	78%	6	75%
Wiek <30 lat	0	0%	0	0%	0	0%
Wiek 31-50 lat	3	27,3%	2	22%	3	37,5%
Wiek >50 lat	8	72,7%	7	78%	5	62,5%
RAZEM	11	100%	9	100%	8	100%

Wskaźniki różnorodności	Grupa		Działalność w Polsce							
	2023		2022		2023		2022		2021	
Pracownicy zatrudnieni na umowy o pracę										
Kobiety	2 492	45,3%	2 572	45,4%	1 848	44,5%	1 798	44,4%	1 545	42,8%
Mężczyźni	3 022	54,7%	3 348	54,6%	2 300	55,5%	2 256	55,7%	2 068	57,2%
Wiek <30 lat	1 622	29,4%	1 951	33,0%	1 188	28,6%	1 292	31,9%	N/D	N/D
Wiek 30-50 lat	3 727	67,6%	3 813	64,4%	2 883	69,5%	2 709	66,8%	N/D	N/D
Wiek >50 lat	165	3,0%	156	2,6%	77	1,9%	53	1,3%	N/D	N/D
RAZEM	5 514		5 920		4 148		4 054		3 613	

Pracownicy zatrudnieni na umowy o pracę	Grupa		Działalność w Polsce							
	2023		2022		2023		2022		2021	
Struktura według poziomów kariery										
Kobiety										
Menedżerowie wyższego szczebla ^[1]	17	20,2%	N/A		17	21,5%		31,4%		28,6%
Menedżerowie średniego szczebla ^[2]	203	30,7%	N/A		191	31,4%				
Eksperti i specjaliści ^[3]	2 272	47,7%	N/A		1 640	47,4%		41,9%		36,5%
Mężczyźni										
Menedżerowie wyższego szczebla ^[1]	67	79,8%	N/A		62	78,5%		68,6%		71,4%
Menedżerowie średniego szczebla ^[2]	459	69,3%	N/A		417	68,6%				
Eksperti i specjaliści ^[3]	2 496	52,3%	N/A		1 821	52,6%		58,1%		63,5%

Pracownicy zatrudnieni na umowy o pracę	Grupa		Działalność w Polsce							
	2023		2022		2023		2022		2021	
Struktura według poziomów kariery										
Wiek <30 lat										
Menedżerowie wyższego szczebla ^[1]	0	0%	N/A		0	0%		7,2%		11,8%
Menedżerowie średniego szczebla ^[2]	24	3,6%	N/A		20	3,3%				
Eksperti i specjaliści ^[3]	1 598	33,5%	N/A		1 68	33,7%		30,3%		39,8%
Wiek 30-50										
Menedżerowie wyższego szczebla ^[1]	71	84,5%	N/A		67	84,8%		90,3%		86,4%
Menedżerowie średniego szczebla ^[2]	618	93,4%	N/A		573	94,2%				
Eksperti i specjaliści ^[3]	3 038	63,7%	N/A		2 243	64,8%		69,0%		59,8%
Wiek <50 lat										
Menedżerowie wyższego szczebla ^[1]	13	15,5%	N/A		12	15,2%		2,5%		1,8%
Menedżerowie średniego szczebla ^[2]	20	3,0%	N/A		15	2,5%				
Eksperti i specjaliści ^[3]	132	2,8%	N/A		50	1,4%		0,7%		0,4%
RAZEM	5 514	100%	N/A		4 148	100%		100%		100%

Wartości procentowe w tabeli odnoszą się do udziału podgrupy (zdefiniowanej według poziomu kariery i płci lub wieku) w całej grupie (kierownictwo wyższego szczebla, kierownictwo średniego szczebla, stanowiska eksperckie i specjalistyczne). Do 2022 r. włącznie kierownictwo wyższego i średniego szczebla było raportowane jako jedna kategoria. Dlatego dla danych za lata 2021 i 2022 wartości procentowe odpowiadają udziałowi całej kadry kierowniczej bez podziału na kierownictwo wyższego i średniego szczebla.

[1] poziom kariery 8 i wyższy

[2] poziom kariery 6-7

[3] poziom kariery 1-5

Pracownicy z orzeczoną niepełnosprawnością i ich odsetek wśród pracowników	Grupa		Działalność w Polsce						
	2023		2022		2023		2022		2021
Kobiety	23	0,4%	32	0,5%	N/D	N/D	22	0,5%	0,4%
Mężczyźni	33	0,6%	27	0,5%	N/D	N/D	19	0,5%	0,3%
RAZEM	56	1,02%	59	1%	42	1,02%	41	1,0%	0,7%

Pracownicy zagraniczni	Group		Działalność w Polsce							
	2023		2022		2023		2022		2021	
Kobiety	117	2,1%	32	0,5%	35	0,9%	18	0,4%	N/D	0,3%
Mężczyźni	124	2,2%	27	0,5%	48	1,1%	38	0,9%	N/D	0,6%
RAZEM	241	4,3%	59	1%	83	2,0%	56	1,4%	N/D	0,9%

Osoby, które powróciły do pracy po urlopie rodzicielskim i wychowawczym

Pracownicy zatrudnieni na umowy o pracę	Grupa		Działalność w Polsce		
	2023	2022	2023	2022	2021
Osoby, które korzystały z urlopu rodzicielskiego / wychowawczego	273	132	89	103	84
Kobiety	265	121	82	100	77
Mężczyźni	8	11	7	3	7
Osoby, które wróciły do pracy z urlopu rodzicielskiego / wychowawczego	120	99	103	87	99
Kobiety	116	88	99	84	90
Mężczyźni	4	11	4	3	9

Wskaźniki dotyczące szkoleń

Pracownicy zatrudnieni na umowę o pracę	Grupa		Działalność w Polsce							
	2023		2022		2023		2022		2021	
Liczba unikalnych uczestników	2 900	53%	4 131	67,3%	2 884	70%	3 713	92%	1 726	55%
Kobiety	1 280	51,4%	N/D	N/D	1 274	68,9%	1 608	89,4%	726	47%
Mężczyźni	1 620	53,6%	N/D	N/D	1 610	70%	2 106	93,4%	1 000	48,4%
Średnia liczba godzin szkoleniowych na pracownika	36,3		N/D		48,8		36		6,2	
Kobiety	38,9		N/D		53,5		38,5		6,4	
Mężczyźni	34,3		N/D		45,2		33,3		6,0	

Podejście Allegro do rozwoju oparte jest na modelu uczenia się 70/20/10, promującym holistyczną kulturę rozwoju poprzez: uczestnictwo w programach formalnych, zdobywanie wiedzy od innych, stosowanie umiejętności w realnych sytuacjach, takich jak projekty czy nowe zadania.

Allegro ma ustalony system klasyfikacji wszystkich stanowisk według poziomów. Jego celem jest zapewnienie przejrzystości i uporządkowanie struktur wewnętrznych oraz zapewnienie pracownikom klarownej wizji ich ścieżki kariery w firmie.

Poziomy kariery są określane na podstawie oceny stanowisk. Stanowiska zostały sklasyfikowane przez Liderów zarządzających innymi osobami (w tym członków Exec Team, menedżerów, dyrektorów i/lub kierowników wyższego szczebla) i przy wsparciu:

- zewnętrznych konsultantów Mercer,
- Zespołu ds wynagrodzeń,
- odpowiednich członków zespołu HR.

Poziomy kariery zostały zaprezentowane w 2023 r. i zostały udostępni one wszystkim pracownikom. Zapewnia to bardziej obiektywne i sprawiedliwe traktowanie, a także spójność i dopasowanie poszczególnych Poziomów Kariery. Ujawnienie Poziomów Kariery jest ważnym krokiem w kierunku stworzenia jeszcze bardziej przejrzystego i inkluzywnego środowiska pracy. Zapewnia również łatwiejszą identyfikację możliwości rozwoju lub ścieżek kariery w Allegro.

ZARZĄDZANIE WYNIKAMI I TALENTAMI

Allegro dąży do tego, aby być miejscem pracy oferującym pracownikom wiele wyzwań i możliwości. Każdy pracownik ma zapewnione wsparcie w zakresie rozwoju zawodowego, posiada gwarancję równych szans we wszystkich aspektach zatrudnienia oraz otrzymuje konkurencyjne wynagrodzenie i świadczenia. W zamian firma oczekuje ambicji i chęci rozwoju, umiejętności radzenia sobie w szybko zmieniającym się i złożonym środowisku oraz świadomości, że ich praca, innowacje i rozwiązania mają wpływ na codzienne zakupy milionów konsumentów. Dzięki inwestowaniu we wzrost i rozwój pracowników, budowana jest utalentowana i zaangażowana siła robocza, która jest w stanie stymulować innowacyjność.

W celu lepszego zarządzania wynikami organizacji opracowano program zarządzania talentami i wynikami. Obejmuje wyznaczanie celów, kalibrację i ocenę indywidualnych wyników w odniesieniu do strategii korporacyjnej i indywidualnych celów pracowników. Każdy pracownik uczestniczy w definiowaniu swoich celów. Cele te powinny być realizowane poprzez cztery główne działania:

- Ocena wyników, która skupia się na tym, co i w jaki sposób jest osiąganym. Pozwala to na wprowadzenie ulepszeń i reorientację na najbliższą przyszłość, np. wykorzystanie okazji wynikającej ze złej decyzji do wprowadzenia mechanizmu sprawdzającego na następny rok.

- Kalibracja awansów i wyników w celu zapewnienia spójności oczekiwań firmy, zwłaszcza w odniesieniu do pracowników należących do tego samego poziomu, w różnych ścieżkach awansu i obszarach merytorycznych.
- Kalibracja talentów i działania wspierające w celu zidentyfikowania najlepszych pracowników, co pomoże w osiągnięciu sukcesu, zidentyfikowaniu luk w retencji i sposobów ich wyeliminowania, a tym samym przejściu od skutecznego zarządzania sukcesami do rozwoju następców.
- 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. Ocena pracowników odbywa się co najmniej raz w roku.

Ścieżka awansu jest ściśle związana z oceną pracownika i opiera się na obiektywnej ocenie poziomu kompetencji i umiejętności, w oparciu o zestaw kryteriów, które są szczególnie istotne dla Allegro i odzwierciedlone w The Allegro Way.

Poniższe dane dotyczące przeglądów wyników i rozwoju kariery prezentowane są tylko dla Działalności w Polsce, ze względu na brak danych dla Segmentu Mall. Nadal trwa integracja struktur i systemów gromadzenia danych.

Odsetek pracowników otrzymujących regularne oceny wyników pracy i rozwoju zawodowego

Pracownicy zatrudnieni na umowy o pracę	Grupa	Działalność w Polsce			
		2023	2023	2022	2021
Odsetek ocenionych pracowników					
Pracownicy ogółem		76,2%	82,2%	95,7%	94,7%
Kobiety		74,5%	80,6%	95,5%	91,3%
Mężczyźni		77,6%	83,6%	95,9%	97,0%
Menedżerowie Wyższego i Średniego Szczebla		89,9%	90,6%	96,1%	96,0%
Kobiety		89,5%	90%	97,2%	92,0%
Mężczyźni		74,5%	90,8%	95,6%	97,7%
Eksperci i specjaliści		73,8%	80,6%	95,9%	95,3%
Kobiety		72,9%	72,9%	94,6%	92,2%
Mężczyźni		74,7%	81,7%	96,9%	97,1%

Powyższe dane statystyczne nie obejmują pracowników przebywających na długotrwałym zwolnieniu lekarskim, urlopie macierzyńskim lub wychowawczym oraz pracowników, których staż pracy nie przekracza 3 miesięcy.

Wdrożono również Indywidualne Plany Rozwoju (IPR) stanowiące narzędzie wspierające proces planowania działań rozwojowych. Pomaga on określić cele w zakresie rozwoju, zidentyfikować działania, które pomogą w nabyciu lub doskonaleniu kluczowych kompetencji niezbędnych do osiągnięcia tych celów oraz wskazać mocne strony, które można wykorzystać w codziennej pracy, aby zapewnić osiągnięcie sukcesu.

Kolejną inicjatywą Allegro ukierunkowaną na rozwój pracowników jest program MindUp 2.0, reprezentujący holistyczne podejście do rozwoju osobistego i zawodowego. Umożliwia on poszczególnym pracownikom przejście kontroli nad własnym rozwojem i planowanie kariery w perspektywie długoterminowej. Oprócz konwencjonalnych sesji treningowych, program MindUp 2.0 pozwala pracownikom odkrywać różnego rodzaju aktywności rozwojowe. Kon-

centruje się na rozwijaniu umiejętności potrzebnych do realizacji dotychczasowych zadań, a jednocześnie wspiera rozwój umiejętności o kluczowym znaczeniu z punktu widzenia przyszłych wyzwań, projektów i stanowisk.

Program MindUp 2.0 jest przeznaczony dla wszystkich pracowników, niezależnie od roli pełnionej w organizacji lub obecnego poziomu kariery. Stanowi on wsparcie dla pracowników, którzy chcą rozwijać swoją karierę. Ponadto program MindUp 2.0 wspiera kierowników, oferując im pomoc w rozwijaniu i doskonaleniu swoich zespołów. W 2023 roku w polskich spółkach przeprowadzono łącznie 2 094 działania rozwojowe.

Allegro powołało również grupę ekspertów ds. pozyskiwania talentów o nazwie Talent Acquisition Team. Jej zadaniem jest pozyskiwanie kandydatów i informowanie ich o tym, czym zajmuje się Allegro i jakie projekty realizuje, aby wyszukiwać najlepszych ekspertów na rynku pracy i zachęcać ich do dołączenia do Allegro.

3.5.2. WARUNKI PRACY I DOBROSTAN PRACOWNIKÓW

GRI 2-30, 3-3, 403-6, Ujawnienie własne 1, S1-13, S1-14

Big Numbers

- 3 085 pracowników w ramach działalności w Polsce, którzy ukończyli szkolenie BHP
- 1 669 pracowników zarejestrowanych w Mind-Gram
- Wskaźnik zaangażowania pracowników na poziomie 47%
- 603 pracowników, którzy skorzystali z dnia wolnego na wolontariat
- 4 824 godziny poświęcone na wolontariat
- Wskaźnik Recordable Incident Rate w 2023 r. na poziomie 0,13

Hasło firmy "Dobrze tu być" wyraża dążenie Allegro do osiągnięcia pozycji najchętniej wybieranego pracodawcy przez najlepszych specjalistów na rynku, nie tylko z Polski, Czech, Słowacji, Chorwacji, Węgier i Słowenii, ale także z innych krajów.

Aby na bieżąco oceniać i monitorować potrzeby pracowników, co roku przeprowadzane jest badanie zaangażowania (główne badanie zaangażowania przeprowadzane jest w maju, a mniejsze, zwane ankietą zaangażowania Pulse Check, przeprowadzane jest w listopadzie). Ankieta ta jest traktowana jako główne źródło informacji o firmie jako miejscu pracy. Dzięki analizie wyników ankiety firma może lepiej zrozumieć, co wpływa na zaangażowanie pracowników, a także określić obszary, które wymagają dopracowania. Firma obserwuje zmiany wyników na przestrzeni czasu oraz wdraża rekomendacje i wnioski.

W 2023 r. Allegro przeprowadziło wspólną ankietę wśród wszystkich jednostek Grupy (w Polsce i poza nią). Jej celem było opracowanie odpowiedzi na wyzwania związane z zaangażowaniem, aby realizować plany działania oparte na precyzyjnych i kompleksowych danych zebranych od wszystkich zespołów. Dzięki temu Allegro mogło podjąć działania aby stworzyć bardziej angażujące i satysfakcjonujące środowisko pracy dla wszystkich.

Na początku 2023 r. wskaźnik zaangażowania w Allegro wynosił 47%. Jednak ogólnogrupowy plan działania Allegro w zakresie zaangażowania zaowocował wzrostem wyniku o +11 punktów procentowych (58%) do chwili obecnej (luty 2024 r.). Ten wyraźny postęp jest efektem kompleksowego pakietu inicjatyw skoncentrowanych na czterech kwestiach o kluczowym znaczeniu dla firmy, takich jak:

- Wynagrodzenia – zapewnienie, by wszyscy zatrudnieni w Allegro rozumieli politykę wynagrodzeń
- Komunikacja – usprawnienie komunikacji w firmie i zapewnienie, by była ona przejrzysta i przekazywana w odpowiednim czasie
- Rozwój – usprawnienie procesu awansu, zatrzymywanie utalentowanych pracowników i oferowanie ekscytujących możliwości kariery i rozwoju
- Exec Team – opracowanie zestawu dwunastu zachowań w celu zbudowania wspólnej kultury – we wszystkich krajach i spółkach Grupy.

	Group		Działalność w Polsce			
	2024 (Engagement Survey Pulse Check, 02.2024)	2023 (Engagement Survey)	2024 (Engagement Survey Pulse Check, 02.2024)	2023 (Engagement Survey)	2022 (Engagement Survey)	2021 (Engagement Survey)
Employees						
Engagement score	58%	47%	60%	50%	67%	74%
Survey participation	86%	78%	87%	85%	92%	93%



DBAŁOŚĆ O DOBROSTAN PRACOWNIKÓW

Dobrostan to zagadnienie wieloaspektowe, wykraczające poza indywidualne działania i obejmujące całościowy model przywództwa – The Allegro Way. Model ten jest integralną częścią kultury organizacyjnej, wspierając podejście przywódcze. Określa on „12 zachowań” podzielonych na kategorie dotyczące tego, w jaki sposób pracownicy się rozwijają, jak oka-

zuju zaangażowanie, jak pracują i jak współpracują z innymi, tworząc ramy wsparcia pracowników zarówno pod względem zawodowym, jak i osobistym.

Allegro oferuje również szereg programów zwiększających zaangażowanie i wspierających rozwój pracowników.

Coaching	Jedną z metod wspierania rozwoju wewnętrznego jest coaching – proces rozwojowy, którego celem jest doskonalenie kompetencji interpersonalnych i menedżerskich we współpracy z dedykowanym coachem. Coach oferuje wsparcie w znalezieniu optymalnego rozwiązania dla wyzwań, przed którymi stoją pracownicy, w oparciu o własne wnioski i zasoby. Inną opcją jest mentoring – proces, w którym Mentor, czyli osoba z dużym doświadczeniem i wiedzą, dzieli się nimi z Podopiecznym (mentee), czyli osobą chcącą poszerzyć swoje kompetencje, rozwinąć w danym obszarze i osiągać więcej. Partnerska relacja pomiędzy Mentorem a Podopiecznym ukierunkowana jest na odkrywanie i rozwijanie potencjału Podopiecznego. Relacja opiera się na wzajemnym zaufaniu, inspirowaniu i uczeniu się od siebie nawzajem.
#AllegroLife	#AllegroLife to dynamiczny wewnętrzny program, stworzony specjalnie dla osób aktywnych w mediach społecznościowych. Bazuje on na zaawansowanym narzędziu o nazwie Content Hub, które umożliwia ambasadorom korzystanie z wersji roboczych postów dotyczących Allegro, śledzenie zaangażowania w nie oraz dostęp do analiz dotyczących aktywności związanych z tymi treściami w mediach społecznościowych. Platforma ta zachęca również ambasadorów do tworzenia autorskich treści. Ponadto #AllegroLife oferuje kompleksowy pakiet szkoleniowy skierowany do osób chcących rozwijać swoją markę osobistą i promować Allegro jako pracodawcę w mediach społecznościowych.
Mobilność wewnętrzna	Mobilność wewnętrzna w Allegro umożliwia pracownikom przemieszczanie się między różnymi stanowiskami i projektami w ramach organizacji. Inicjatywa ta ma na celu poszerzenie i wzmocnienie umiejętności i wiedzy pracowników z różnych obszarów firmy. Dzięki podejmowaniu różnorodnych ról pracownicy lepiej rozumieją strukturę organizacji, jej funkcje i procesy. To doświadczenie owocuje wzrostem ich kompetencji i pogłębieniem wiedzy na temat firmy. W efekcie pracownicy wykazują się większą elastycznością i posiadają wiedzę na temat różnych aspektów działania organizacji, co jest korzystne nie tylko dla rozwoju kariery poszczególnych osób, ale także dla ogólnej elastyczności firmy. To zobowiązanie do wspierania elastyczności i zdolności adaptacyjnych jest dodatkowo ujęte w Allegro Way, które wspiera kulturę rozwoju, poczucia odpowiedzialności i ciągłego doskonalenia dzięki zestawowi podstawowych zachowań.
e-Xperience	Program Allegro e-Xperience skierowany jest zarówno do osób, które dopiero rozpoczynają swoją karierę zawodową, jak i do tych, którzy chcą dokonać jej zmiany. Od momentu uruchomienia w 2015 r., program początkowo koncentrował się na studentach studiów dziennych poszukujących cennych doświadczeń zawodowych w trakcie przerwy wakacyjnej. Wraz ze wzrostem popularności, program e-Xperience zaczął przyciągać uczestników, którzy często kontynuowali swoją przygodę z Allegro jako pracownicy. Program, pierwotnie nazwany „Summer e-Xperience”, znacząco przyczynił się do wzmocnienia wizerunku Allegro jako pożądanego pracodawcy w środowiskach akademickich i uniwersyteckich. Z biegiem czasu program e-Xperience został rozszerzony o wyspecjalizowaną ścieżkę dla sektora technologicznego, trafnie nazwaną „Spring Tech e-Xperience”, co poszerzyło jego zakres i wpływ na rozwój utalentowanych pracowników i doskonalenie umiejętności technologicznych.

Od 2022 r. pracownicy Allegro mają prawo do dodatkowego dnia wolnego, który mogą przeznaczyć na wolontariat pracowniczy, co jest wyrazem zaangażowania firmy w odpowiedzialność społeczną. Wolontariat pracowniczy obejmuje udział w pracach

społecznych na rzecz organizacji non-profit bez otrzymywania wsparcia finansowego, angażowanie się w działania wolontariackie organizowane przez firmę lub realizację osobistych pomysłów na projekty wolontariackie finansowane z grantów sponsoro-

wanych przez pracodawcę. Podejście to nie tylko zachęca pracowników do angażowania się na rzecz społeczności, ale także wspiera kulturę osobistą inicjatywę w organizacji. W 2023 r. z dodatkowego dnia na wolontariat skorzystały 603 osoby, które przepracowały 4 824 godziny na rzecz organizacji społecznych i udzieliły wsparcia 140 organizacjom. Przygotowywały one paczki charytatywne w ramach ogólnopolskiej akcji Szlachetna Paczka, sprzątały tereny zielone w Poznaniu, wykonywały prace remontowe w ZOO, opiekowały się zwierzętami w schroniskach i wykonywały wiele innych działań. Dodatkowo Fundacja Allegro przyznała 24 granty (o łącznej wartości 347 400 PLN) na długoterminowe projekty realizowane przez pracowników Allegro wspólnie z lokalnymi organizacjami odpowiadające na potrzeby lokalnych społeczności.

Pracownicy Allegro mają również dostęp do Mindgram, innowacyjnej platformy, która jest częścią kompleksowego pakietu świadczeń Allegro, skoncentrowanego w szczególności na dobrostanie psychicznym. Platforma Mindgram została zaprojektowana w taki sposób, aby pomagać pracownikom w utrzymaniu zdrowia psychicznego i ogólnego dobrego samopoczucia poprzez oferowanie różnorodnych narzędzi i zasobów. Obejmują one spersonalizowane treści, takie jak artykuły, ćwiczenia i webinaria ukierunkowane na poprawę zdrowia psychicznego, poruszające szerokie spektrum tematów, takich jak zarządzanie stresem związanym z pracą i rozwijanie pozytywnych strategii radzenia sobie z osobistymi wyzwaniami. W 2023 r. na platformie Mindgram zarejestrowanych i aktywnych było 1669 użytkowników. Miesięcznie przeprowadzono 1630 różnego rodzaju konsultacji ze specjalistami za pośrednictwem czatu i wideo.

Częścią współpracy z Mindgram jest „Well-being Vibe” – nowa funkcjonalność zaprojektowana z myślą o dobrostanie pracowników. Pozwala ona zdiagnozować samopoczucie i zdrowie psychiczne pracownika, wykryć poziom wypalenia zawodowego, zidentyfikować obszary wymagające poprawy i zmiany oraz uzyskać natychmiastowe wyniki i rekomendacje dotyczące dalszego postępowania. Proces ten jest całkowicie anonimowy. Pracownicy mogą również uczestniczyć (osobiście lub zdalnie) w sesjach Yoga Nidra i Mindfulness (na razie tylko w języku polskim).

Dodatkowo 25 października 2023 r. uruchomiono nową usługę – 30-minutowe spotkania, podczas których pracownicy poznają techniki relaksacyjne.

Allegro oferuje istotne wsparcie swoim pracownikom z innych krajów, pomagając w uzyskaniu pozwoleń na pracę, legalizując ich pobyt i wspierając ich w procesie uzyskiwania karty pobytu. Ponadto we wszystkich spółkach należących do grupy Allegro wdrożyło politykę umożliwiającą pracę zdalną z zagranicy, w szczególności na terenie Europejskiego Obszaru Gospodarczego (EOG) i Szwajcarii. Ten elastyczny system pozwala pracownikom na pracę zdalną przez maksymalnie 7 dni roboczych w każdym kwartale roku kalendarzowego, co dodatkowo odpowiada na zróżnicowane potrzeby i odpowiada na proces globalizacji siły roboczej.

Allegro prowadzi aktywną współpracę z uniwersytetami i społecznościami akademickimi, wspierając żywą wymianę wiedzy i doświadczeń. Pracownicy często biorą udział w gościnnych wykładach, prowadzą prezentacje dostosowane do potrzeb Studentów Kół Naukowych oraz pełnią rolę mentorów i prelegentów podczas różnych wydarzeń i konferencji studenckich. Ma to na celu budowanie reputacji Allegro jako najlepszego pracodawcy i zachęcanie najlepszych studentów do podjęcia pracy. Działania te obejmują aktywne promowanie programu e-Xperience na kampusach. W ramach tych działań Allegro współpracuje z prestiżowymi instytucjami, takimi jak Politechnika Poznańska, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu, Uniwersytet Warszawski, Politechnika Warszawska, Szkoła Główna Handlowa w Warszawie, Akademia Górniczo-Hutnicza w Krakowie, Politechnika Wrocławska, Politechnika Gdańska, Wyższa Szkoła Bankowa, Uniwersytet SWPS, Akademia Leona Koźmińskiego, a także z różnymi zrzeszeniami studenckimi, takimi jak AIESEC, IAESTE, FUE i innymi stowarzyszeniami studenckimi w Polsce i za granicą. Dzięki tym partnerstwom Allegro nie tylko przyczynia się do rozwoju społeczności akademickiej, ale także nawiązuje więzi z kolejnym pokoleniem profesjonalistów, wspierając kulturę uczenia się i innowacji.

ŚWIADCZENIA

Grupa Allegro oferuje również szereg praktycznych świadczeń, które stanowią uzupełnienie działań Allegro jako dobrego pracodawcy. Wachlarz świadczeń jest bardzo szeroki i może różnić się w zależności od kraju i podmiotu. Pracownicy mogą korzystać ze świadczeń kafeteryjnych, dodatkowego ubezpieczenia na życie dla siebie i rodziny czy dofinansowania do transportu (bezpłatnego dla pracowników magazynowych). Pracownicy zatrudnieni w Polsce mają możliwość korzystania z opieki medycznej w wyspecjalizowanych placówkach medycznych (Medicover lub LuxMed). W ramach pakietów medycznych każdy chętny pracownik może skorzystać ze szczepień przeciwko grypie. Pracownicy magazynu w Adamowie (Polska) mają także możliwość otrzymywania posiłków. Dodatkowo, przy biurze w Poznaniu (Polska) działa żłobek i przedszkole, a biura w Czechach i Słowenii są przyjazne zwierzętom.

Grupa Allegro oferuje unikalny i elastyczny system świadczeń, umożliwiający pracownikom dokonywanie indywidualnych wyborów. Każdego miesiąca pracownicy otrzymują pakiet punktów na platformie MyBenefit, które mogą rozdysponować zgodnie ze swoimi preferencjami. Pracownicy wybierają swoje świadczenia co miesiąc, dzięki czemu mogą elastycznie dostosowywać swój pakiet korzyści do zmieniających się potrzeb.

W ostatnim czasie wprowadzono nowe świadczenie w Czechach, w ramach którego pracownicy mogą skorzystać z urlopu regeneracyjnego (sabbatical leave). Po roku zatrudnienia pracownicy są uprawnieni do miesięcznego urlopu, podczas którego ich składki ubezpieczeniowe odprowadzane w Czechach są w pełni pokrywane.

W 2023 r. Zakładowy Fundusz Świadczeń Socjalnych Allegro udzielił pracownikom szeregu świadczeń finansowych i dotacji mających na celu wsparcie potrzeb materialnych pracowników i ich rodzin. Pracownicy zatrudnieni na podstawie umowy o pracę mogą korzystać z różnego rodzaju dofinansowań, w tym dofinansowania do wypoczynku indywidualnego i zorganizowanego wypoczynku dla dzieci. Dostępne jest również wsparcie na wydatki związane z opieką nad dziećmi oraz wyprawka szkolna dla dzieci do 16 roku życia. Ponadto Allegro oferuje jednorazowe dotacje i pożyczki mieszkaniowe, wykazując kompleksowe podejście do dobrostanu pracowników, które wykracza poza miejsce pracy, rozszerzając wymierne wsparcie mające na celu poprawę jakości życia pracowników i ich rodzin.

BEZPIECZEŃSTWO I HIGIENA PRACY

Allegro przywiązuje najwyższą wagę do zdrowia i bezpieczeństwa pracowników, a wartości tych przestrzega w sposób bezwzględny. Firma przestrzega krajowych i europejskich standardów w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy (BHP). Zobowiązanie to odgrywa kluczową rolę w zapobieganiu wypadkom i chorobom zawodowym. Allegro skrupulatnie monitoruje i ocenia środowisko pracy na każdym poziomie organizacji, dbając o ciągłe aktualizacje ocen ryzyka zawodowego. Co więcej, Allegro aktywnie angażuje swoich pracowników w inicjatywy BHP, promując kulturę bezpieczeństwa i podnoszenia świadomości. Podejście to jest ściśle powiązane z tym, co tradycyjnie określa się mianem polityki bezpieczeństwa i higieny pracy.

Kierownictwo Allegro jest świadome, że pracodawca odpowiada za zapewnienie bezpieczeństwa i higieny pracy w firmie, organizowanie pracy w sposób przyjazny dla zdrowia i bezpieczny oraz zapewnienie przestrzegania wszystkich przepisów BHP. Zespół BHP odgrywa kluczową rolę we wspieraniu tego procesu, nadzorując zachowanie zgodności z przepisami i zarządzanie nim, a także podnosząc poziom bezpieczeństwa i higieny pracy.

Firma zaktualizowała swoje instrukcje BHP, procedurę szkoleniową i procedurę wypadkową, aby uwzględnić incydenty związane z dojazdami do pracy i zdarzenia, które mają miejsce w miejscu pracy. Wraz z upowszechnieniem się pracy hybrydowej pojawiła się potrzeba dostosowania oceny ryzyka zawodowego do obecnej sytuacji. W związku z tym dokument ten został zmieniony w celu uwzględnienia dodatkowych kwestii dotyczących środowiska biura domowego.

Ocena ryzyka zawodowego obejmuje szczegółową identyfikację i analizę potencjalnych zagrożeń, na które mogą być narażeni pracownicy, w zależności od ich stanowiska pracy. Proces ten pomaga zagwarantować stosowanie odpowiednich środków w celu złagodzenia lub wyeliminowania tych zagrożeń oraz zidentyfikowania wszelkich obszarów, które mogą wymagać dalszej uwagi. Nowe przepisy zostały zaprezentowane wszystkim pracownikom na początku 2023 roku.

Wprowadzone zostały specjalne kanały komunikacji z zespołem BHP. Biura oraz magazyny firmy zostały tak zaprojektowane, by były komfortowe i bezpieczne, a procedury bezpieczeństwa umożliwiają eliminowanie sytuacji, które mogą zagrażać zdrowiu pracowników.

Grupa Allegro pracuje nad ulepszeniem zasad BHP we wszystkich spółkach, których jest właścicielem w Polsce i poza jej granicami. Zespół BHP przeprowadza regularne kontrole, aby zagwarantować bezpieczeństwo i higienę w całym środowisku pracy. Ważnym krokiem było dołączenie do firmy grupy Mall/WeDo. Allegro zawsze stara się doskonalić zasady bezpieczeństwa we wszystkich obiektach. Jednocześnie dba o przestrzeganie lokalnych standardów bezpieczeństwa.

Grupa Allegro wdrożyła kompleksowy system klasyfikacji incydentów związanych z pracą i wskaźników dotyczących incydentów. System ten obejmuje wskaźnik Incydentów możliwych do zarejestrowania (Recordable Incident Rate – RIR), czyli kluczowy wskaźnik określający liczbę rejestrowanych urazów lub chorób na 100 pracowników zatrudnionych w pełnym wymiarze czasu pracy. Dzięki tym strategicznym ramom możliwe jest nie tylko precyzyjne raportowanie i ocena bezpieczeństwa w miejscu pracy, ale także porównywanie wyników Grupy Allegro w zakresie bezpieczeństwa ze standardami krajowymi i globalnymi. Podejście to jest dostosowane w szczególności do unikalnych wymagań obowiązujących w poszczególnych sektorach biz-

nesowych i branżach, co zwiększa zdolność Grupy do skutecznego monitorowania i doskonalenia protokołów bezpieczeństwa w miejscu pracy. Wskaźnik incydentów możliwych do zarejestrowania w 2023 r. wynosi 0,13, co jest wyjątkowo dobrym wynikiem w zakresie bezpieczeństwa.

Szkolenia z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy są kluczowym elementem procesu onboardingu pracowników i ich ciągłej edukacji. Szkolenie rozpoczyna się w pierwszym dniu pracy od sesji instruktorskiej wprowadzającego, dzięki czemu nowi pracownicy natychmiast zapoznają się z podstawowymi protokołami bezpieczeństwa. W celu zapewnienia ciągłej nauki, Allegro oferuje okresowe szkolenia w formie e-learningu dla kierowników i pracowników administracyjnych lub biurowych, dostępne za pośrednictwem dedykowanej platformy szkoleniowej. W przypadku pracowników magazynowych szkolenie to odbywa się w ramach regularnych sesji instruktorskich, kładących nacisk na praktyczne aspekty bezpieczeństwa w miejscu pracy. W 2023 r. szkolenia BHP ukończyło 3 085 pracowników zatrudnionych w ramach Działalności w Polsce.

Allegro kładzie duży nacisk na bezpieczeństwo pracowników. Dzięki proaktywnemu monitorowaniu i działaniom prewencyjnym w 2023 r. nie doszło do poważnych lub śmiertelnych wypadków w miejscu pracy. Poniższa tabela przedstawia dane dotyczące wypadków w Działalności w Polsce i w całej Grupie, ilustrując efekt działań podejmowanych w zakresie zapewnienia bezpieczeństwa.

Liczba wypadków	Grupa			Działalność w Polsce			
	2023	2022	r/r zmiana	2023	2022	r/r zmiana	2021
Liczba wypadków	15 ^[2]	18 ^[1]	-3	5	4	1	2
Wypadki lekkie	0	0	0	0	0	0	0
Wypadki ciężkie	0	0	0	0	0	0	0
Wypadki śmiertelne							

[1] w tym 14 z segmentu Mall

[2] w tym 10 z segmentu Internet Mall i Mimovrste

Niniejszy dokument nie stanowi wiążącej wersji rocznego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu. Oficjalna wersja Sprawozdania Rocznej Grupy Allegro.eu, zawierająca roczne Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe i uzupełniające je sprawozdanie rewidenta, zawarta jest w pakiecie sprawozdawczym, który można znaleźć na stronie internetowej Allegro.eu. W przypadku rozbieżności między niniejszą wersją a pakietem sprawozdawczym wiążący jest pakiet sprawozdawczy.

REPREZENTACJA PRACOWNIKÓW

Pracownicy Allegro nie są objęci układami zbiorowymi pracy. W 2023 r. spółka została powiadomiona, że została utworzona międzyzakładowa organizacja związkowa obejmująca swoim zasięgiem Allegro.

W Grupie Allegro, do której należą Allegro, Allegro Pay, Allegro Finance, Opennet, eBilet i Ceneo, istotną rolę odgrywa reprezentacja pracowników. Przedstawicielstwa te, składające się z 3-5 członków, są wybierane demokratycznie przez wszystkich pracowników w wyborach bezpośrednich. Są to niezależne organy doradcze, stanowiące ważny głos pracowników. Ich zadaniem jest udział w konsultacjach w sprawach mających wpływ na środowisko pracy w Allegro, takich jak procesy i polityka kadrowa,

wynagrodzenia, zmiany w organizacji pracy, kwestie związane z Zakładowym Funduszem Świadczeń Socjalnych oraz inne kwestie istotne dla szerokich grup pracowników zgłaszane przez przedstawicieli pracowników lub sugerowane przez pracodawcę. Allegro prowadzi otwarty dialog z przedstawicielami pracowników poprzez comiesięczne spotkania oraz udzielanie odpowiedzi na ich pytania zadawane w okresie pomiędzy spotkaniami. Kadencja każdego przedstawiciela trwa cztery lata, z wyjątkiem Ceneo, w którym trwa ona dwa lata. Prawo do kandydowania w wyborach przysługuje pracownikom z co najmniej 12-miesięcznym stażem pracy. System ten gwarantuje znaczący wpływ pracowników na kluczowe aspekty środowiska pracy i polityki firmy.

3.5.3. INICJATYWY CHARYTATYWNE I SPOŁECZNE

Duże liczby

- 47 mln PLN zebranych za pośrednictwem platformy Allegro Charytatywni
- 1,2 mln PLN zebrane w akcji Szlachetny Koszyk przez 65 000 klientów Allegro
- 351 organizacji pozarządowych na platformie Allegro Charytatywni
- 762 cele charytatywne wsparte w 2023 roku na platformie Allegro Charytatywni
- 928 642 oferty charytatywne zamieszczone na platformie Allegro Charytatywni
- 250 000 odwiedzających Strefę Zgranej Paczki Allegro w Smart Kids Planet

Allegro od wielu lat aktywnie angażuje się w działalność charytatywną, a udział w najważniejszych wydarzeniach dobroczynnych stał się stałym elementem życia organizacji. Według badania przeprowadzonego przez Maison & Partners dla Allegro w grudniu 2023 r., 75% respondentów pozytywnie ocenia firmę, która angażuje się w działania publiczne lub środowiskowe. Co ważne, Allegro jest marką najczęściej kojarzoną z działaniami społecznymi i środowiskowymi na tle innych marek działających w Polsce. Największa inicjatywa, Allegro Charytatywni, odegrała kluczową rolę we wspieraniu organizacji pozarządowych (NGO), udostępniając im bez prowizji platformę fundraisingową. W tym roku Allegro Charytatywni obchodzi 10-lecie istnienia. Na przestrzeni tego czasu dzięki platformie organizacjom pozarządowym udało się zebrać 47 milionów złotych, poprzez 928 642 oferty charytatywne.

Jako firma technologiczna Allegro powinno wspierać swoich interesariuszy dając im rozwiązania technologiczne. Częścią etosu korporacyjnego Allegro jest potrzeba wspierania rozwoju społeczeństwa obywatelskiego w Polsce. Firma realizuje ten cel poprzez wspieranie organizacji pozarządowych. Zapewnienie stabilnego źródła finansowania jest kluczowym elementem dalszego rozwoju organizacji pozarządowych. W 2023 r. na Allegro Charytatywni

działało ich 351, prezentując 762 cele charytatywne. Allegro daje im również narzędzie do szybkiego reagowania w sytuacjach kryzysowych, takich jak klęski żywiołowe, czyli cyfrowe „cegiełki charytatywne”, dzięki którym klienci mogą wspierać cele charytatywne podczas robienia zakupów.

Działalność Allegro nie ogranicza się jedynie do wspierania akcji charytatywnych. Firma aktywnie angażuje się we własne programy edukacyjne i pomocowe za pośrednictwem Fundacji Allegro. Ponadto Allegro bierze udział w dużych ogólnopolskich akcjach pomocowych, aktywnie wspomagając inicjatywy takie jak WOŚP (Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy) i Szlachetna Paczka, którą wsparło 65 000 klientów kwotą 1,2 mln PLN. To wieloaspektowe podejście podkreśla zaangażowanie Allegro w wykorzystywanie technologii do wspierania edukacji i skutecznej filantropii, stanowiąc przykład kompleksowego zaangażowania w społeczną odpowiedzialność biznesu.

Firma dąży do uproszczenia procesów dla organizacji pozarządowych, zapewniając im niezbędne narzędzia i wsparcie do efektywnego działania poprzez przygotowywanie szkoleń i współorganizowanie Międzynarodowej Konferencji Fundraisingu. Ponadto Allegro dąży do zwiększenia zasięgu swojego oddziaływania poprzez zwiększenie liczby organizacji pozarządowych korzystających z platformy Allegro Charytatywni, wzmacniając w ten sposób pozytywne efekty ich inicjatyw i przyczyniając się do bardziej dynamicznego i responsywnego ekosystemu filantropijnego.

Allegro zapewnia również bezpośrednie wsparcie osobom potrzebującym w obszarze, w którym działa. W sierpniu 2023 r. firma wsparła lokalne społeczności dotknięte tragicznymi powodziami w Słowenii.

Dedykowany Zespół ds. Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR) w Grupie Allegro odgrywa kluczową rolę w zarządzaniu przedsięwzięciami społecznymi, charytatywnymi i sponsoringowymi firmy. Zespół ten, wspierany przez zespół technologiczny i znacznie wzmocniony oddolnym zaangażowaniem pracowników, którzy tworzą i aktywnie uczestniczą w realizowanych inicjatywach, stanowi

przykład zaangażowania Allegro w odpowiedzialność społeczną. W grudniu 2021 roku Grupa Allegro wdrożyła Politykę Działań Charytatywnych, Społecznych i Sponsoringowych. Polityka potwierdza, że profil działalności społecznej, charytatywnej i sponsoringowej wynika ze strategii Grupy i decyzji Rady Dyrektorów, z uwzględnieniem analizy korzyści i dialogu z interesariuszami. Działania te są zgodne ze standardami i najlepszymi praktykami społecznej odpowiedzialności biznesu, kodeksami branżowymi, kodeksem etycznym Grupy, a także wewnętrznymi politykami i regulacjami.

Polityka zapewnia przejrzystość wydatków na inicjatywy charytatywne, społeczne i sponsoringowe podejmowane przez Grupę oraz porządkuje i identyfikuje cele działalności charytatywnej, społecznej i sponsoringowej. Polityka zabrania wszelkiego rodzaju zaangażowania politycznego ze strony firmy, zakazuje również sponsorowania i przekazywania darowizn na rzecz partii politycznych, organizacji politycznych lub instytucji o podobnym charakterze, a także osób pełniących funkcje publiczne i polityków. Działalność charytatywna w formie darowizn nie może obejmować przekazywania darowizn na rzecz związków zawodowych, organizacji pracodawców, samorządów zawodowych ani klubów sportowych działających w formie spółek prawa handlowego. Zakaz ten obejmuje również organizacje wojskowe oraz osoby prywatne działające w sektorze wojskowym, jak również przemysł zbrojeniowy.

Spółki Grupy dzielą się swoją wiedzą, wspierają edukację w zakresie technologii oraz pomagają potrzebującym za pośrednictwem organizacji pozarządowych, wykorzystując narzędzia dostępne na Platformie Allegro. Oprócz Allegro Charytatywni, organizatorzy zbiórek na AllegroLokalnie.pl mogli zbierać fundusze na platformie C2C. Opcja ta została zamknięta w 2023 r., aby skoncentrować działalność charytatywną na Allegro Charytatywni.

Fundacja Allegro a powstała w listopadzie 2008 r. pod nazwą Allegro All For Planet. Jej celem było zwiększanie świadomości ekologicznej i promowanie zachowań przyjaznych środowisku. Fundacja w listopadzie 2022 roku zmieniła nazwę na Fundację Allegro 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 oraz inicjatywa „#Pomagamy_bo_umiemy” umożliwiająca pracownikom otrzymanie grantów na zaangażowanie się w działalność wolontariacką. Działalność Fundacji jest dostępna dla wszystkich pracowników zatrudnionych w polskich spółkach Grupy.

Allegro i Fundacja Allegro były jednym z partnerów programu Smart Kids Planet dla dzieci w wieku 0-10 lat. Atrakcje zostały opracowane z myślą o rozwijaniu kompetencji jutra i dobrych nawyków u dzieci, w oparciu o światowy trend edutainment, czyli edukacji poprzez rozrywkę. W strefie stworzonej we współpracy z Fundacją Allegro dzieci poprzez zabawę uczą się, jak wysyłać i odbierać paczki oraz dowiadują się, dlaczego dostawy do automatów paczkowych mają mniejszy wpływ na środowisko niż inne metody dostawy. Ponadto w strefie prezentowane są filmy edukacyjne na temat upcyklingu. W 2023 roku platformę Smart Kids Planet odwiedziło 250 tysięcy dzieci.

Fundacja Allegro wsparła również Fundację św. Mikołaja w organizacji kolonii letnich dla dzieci z doświadczeniem uchodźczym z Ukrainy oraz jest partnerem projektu Mobilne Płuca Krakowskiego Alarmu Smogowego (mobilny system pokazujący stan jakości powietrza, który w bieżącym sezonie grzewczym odwiedzi 63 lokalizacje w 9 województwach).

Allegro wspiera także działania lokalne. We wrześniu 2023 r. pracownicy firmy wraz z 18 innymi firmami wzięli udział w akcji „Wspólnie POZmieniamy”. Wolontariusze aktywnie włączyli się w upiększanie terenu przy Młodzieżowym Domu Kultury nr 1 na Wildzie (Poznań). Zaangażowali się w sadzenie rozmaitych roślin i budowę ogródków edukacyjnych. Oprócz pracy fizycznej, wolontariusze poświęcili również czas na dzielenie się cennymi spostrzeżeniami, doświadczeniami i praktycznymi poradami dotyczącymi bezpiecznych zakupów w Internecie.

Klienci Allegro aktywnie uczestniczą we wspieraniu wybranych przez siebie organizacji charytatywnych, wystawiając przedmioty na aukcje charytatywne, licytując wyjątkowe przedmioty w ofertach charytatywnych i przekazując bezpośrednio darowizny na cele charytatywne w ramach konkretnych kampanii. Do najważniejszych beneficjentów w 2023 r. należały Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy, Stowarzyszenie WIOSNA, PMP – Polska Misja Medyczna.

Allegro Charytatywni umożliwia organizacjom pozarządowym zbieranie pieniędzy na co dzień, ale jego innowacyjną cechą jest mechanizm „cegiełek charytatywnych”, wyświetlany w widocznym miejscu podczas procesu zakupu. Funkcja ta umożliwia klientom dodanie „cegiełki” do koszyka, zapewniając bezpośrednio wsparcie organizacji pozarządowej i konkretnego celu zbiórki pieniędzy. Warto odnotować kampanię „Cegiełka dla Ukrainy”, uruchomioną w odpowiedzi na atak Rosji na Ukrainę w 2022 r., w ramach której zebrano ponad 7,5 mln PLN na pomoc humanitarną.

Bazując na sukcesie poprzednich akcji charytatywnych, Allegro w 2023 r. ponownie z powodzeniem połączyło dobroczynność z technologią. Po trzęsieniach ziemi w Turcji i Syrii w lutym 2023 r. klienci Allegro w ciągu niespełna miesiąca przekazali Polskiej Misji Medycznej ponad 545 000 PLN.

Program dodawania darowizn do procesu zakupowego działa od kilku lat, w okresie od listopada do lutego, i służy wsparciu Stowarzyszenia Wiosna w ramach akcji „Szlachetna Paczka” oraz Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. Po wybuchu wojny na Ukrainie po raz pierwszy został on wprowadzony jako mechanizm interwencyjny.

We wszystkich tych inicjatywach charytatywnych Allegro konsekwentnie dąży do zapewnienia przejrzystości i skuteczności, nie pobierając żadnych opłat i prowizji od sprzedaży ofert charytatywnych. Dzięki takiemu rozwiązaniu każda wpłata trafia bezpośrednio do zweryfikowanej organizacji prowadzącej zbiórkę, wzmacniając rolę Allegro jako technologicznej siły napędowej pozytywnych zmian społecznych.

	Działalność w Polsce		
	2023	2022	2021
Zebrane fundusze (mln PLN)	47	56	39,3
Organizacje pozarządowe na platformie (liczba)	351	338	247

3.5.4 DOSTĘPNOŚĆ USŁUG I PRODUKTÓW

Big numbers

- 95% automatów paczkowych One Box dostępnych zgodnie ze standardami dostępności Allegro
- 27 problemów rozwiązanych podczas hackathonu w ramach Festiwalu Dostępności 2023
- Wskaźniki wyników Core Web Vitals (dla wersji na urządzenia mobilne):
 - Largest Contentful Paint (LCP) – 2,5 s (maksymalny zalecany wynik to 2,2 s)
 - First Input Delay (FID) – 22 ms (maksymalny rekomendowany wynik to 100 ms)
 - Cumulative Layout Shift (CLS) – (maksymalny rekomendowany wynik to 0,1)

Allegro dokłada wszelkich starań, aby uczynić swoją platformę i usługi bardziej dostępnymi dla wszystkich. Ambicja ta zakłada zapewnienie, by wszyscy ludzie, niezależnie od okoliczności, w jakich się znajdują, mogli korzystać z naszej witryny i usług w sposób prosty i przyjazny dla użytkownika.

Główny nacisk kładziony jest na zwiększenie zasięgu, co wiąże się z zaprojektowaniem witryny w taki sposób, by była intuicyjna, łatwa w nawigacji i zrozumiała dla wszystkich użytkowników. Celem jest optymalizacja wydajności witryny pod kątem szybkiego ładowania, z myślą o użytkownikach mających dostęp do Internetu o słabszych prędkościach i korzystających ze starszych urządzeń. Działania te, prowadzone przez zespoły User Experience (UX), mają na celu wzbogacenie ogólnej interakcji użytkownika z platformą. Aby jeszcze bardziej zwiększyć tę inkluzywność, wprowadzono dodatkowe opcje językowe, w tym tłumaczenie stron na język ukraiński, co pozwoliło dotrzeć do bardziej zróżnicowanej bazy użytkowników.

Jednocześnie podejmowane są działania na rzecz osób ze szczególnymi potrzebami. Ten aspekt strategii Allegro obejmuje projektowanie usług w taki sposób, aby były one powszechnie użyteczne, z uwzględnieniem nie tylko osób z niepełnosprawnościami, ale także osób, które tymczasowo mają większe potrzeby w zakresie dostępności. Na przykład bezbarierowy dostęp do automatów paczkowych One Box pomaga osobom na wózkach inwalidzkich, ale także rodzicom z wózkami dziecięcymi, osobom z ciężkim bagażem lub osobom z tymczasową niepełnosprawnością ruchową. Podejście firmy zakłada stworzenie środowiska, w którym nikt nie czuje się wykluczony lub pokrzywdzony.

Oprócz modernizacji infrastruktury fizycznej, Allegro dokłada wszelkich starań, aby zachować zgodność z Europejskim Aktem o Dostępności (EAA) poprzez przestrzeganie Wytycznych dotyczących Dostępności Treści Internetowych (WCAG). Zobowiązanie to jest świadectwem zaangażowania firmy w działania na rzecz cyfrowej inkluzywności. Głównym aspektem tego zobowiązania jest ciągła optymalizacja witryny internetowej Allegro i aplikacji mobilnych, zapewniając, aby były one dostępne i przyjazne dla wszystkich, w tym osób z niepełnosprawnościami. Oznacza to regularne audyty i aktualizacje w celu eliminacji barier i poprawy ogólnej funkcjonalności.

W Allegro kluczowe znaczenie ma edukacja i budowanie świadomości dostępności wśród pracowników, zwłaszcza twórców i projektantów stron internetowych. Specjaliści ci odgrywają kluczową rolę w tworzeniu łatwo dostępnych witryn internetowych i zapewnianiu każdemu klientowi możliwie najlepszego doświadczenia użytkownika. Ponadto pracownicy Allegro są silnie zaangażowani w organizację licznych wydarzeń, takich jak Festiwal Dostępności (który zastąpił Hackathony Dostępności). Jego celem jest dzielenie się wiedzą i zwrócenie uwagi na kluczowy aspekt dostępności w branży technologicznej. W 2023 roku zorganizowano również pierwszą edycję Accessibility MeetUp. Sukces tych działań jest wielokrotniony dzięki współpracy z wieloma organizacjami zewnętrznymi specjalizującymi się w kwestiach dostępności, takimi jak organizacje pozarządowe, firmy i organy administracji (Snow Dog, Kinaole, Fundacja Widzialni, Migam, Centrum Technologii Informatycznych).

Istnieje również zespół prawie 200 ekspertów z różnych dziedzin (UX, CX, ESG, inżynierowie, menedżerowie produktu) zajmujących się promowaniem włączającego środowiska cyfrowego, którzy wymieniają się wiedzą za pomocą narzędzi komunikacji wewnętrznej. Kwestia dostępności i plan w tym zakresie zostały omówione z członkiem Exec Team odpowiedzialnym za technologię, co podkreśla strategiczne znaczenie dostępności w działalności firmy. Ponadto regularnie przeprowadzane są przeglądy platformy i aplikacji w celu zidentyfikowania obszarów wymagających poprawy. Pojawiające się problemy z dostępnością są sukcesywnie rozwiązywane.

Ponadto w 2022 r. Allegro wraz z Microsoft, Orange i Santander zostało założycielem Business Accessibility Forum. Celem tej organizacji prowadzonej przez Fundację Widzialni jest budowanie świadomości dostępności cyfrowej wśród firm działających w Polsce. Inicjatywa ta jest bezpośrednio zgodna z Celem Zrównoważonego Rozwoju (SDG) 17 – Partnerstwo na rzecz Celów, demonstrując zaangażowanie w wykorzystanie synergicznej współpracy w celu osiągnięcia bardziej inkluzywnych i dostępnych środowisk cyfrowych. Organizacja brała udział w konsultacjach społecznych dotyczących wdrażania Europejskiego Aktu o Dostępności w ścisłej współpracy z Ministerstwem Funduszy i Polityki Regionalnej, a jej przedstawiciele uczestniczyli w konferencjach i spotkaniach z przedstawicielami Komisji Europejskiej.

W ramach tej współpracy Allegro współtworzyło raport „Dostępność cyfrowa w polskim biznesie”^[1]. Raport podkreśla, że niski poziom dostępności w branży e-commerce może znacząco przełożyć się na utratę przychodów. Raport analizuje na przykład, w jaki sposób wady wzroku, dotykające dużą część dorosłej populacji Polski, mogą prowadzić do wyższego wskaźnika porzuconych koszyków i nieukończonych transakcji. Wnioski zawarte w raporcie podkreślają istotny związek między dostępnością, doświadczeniem użytkownika i wynikami ekonomicznymi na cyfrowych platformach handlowych. Jest to również kompleksowe zestawienie cennej wiedzy, najlepszych praktyk i wniosków, które ma zasadnicze znaczenie dla polskich firm w zakresie wdrażania dostępności cyfrowej.

[1] <https://baforum.pl/2023/>

W ramach przygotowań do Europejskiego Aktu o Dostępności (EAA), Allegro rozpoczęło również proces zapewnienia zgodności z jego zapisami, który obejmuje przeprowadzanie audytów dostępności swojej witryny internetowej i aplikacji. Audyty te są częścią wewnętrznych działań mających na celu zrozumienie i zaspokojenie specyficznych potrzeb organizacji w zakresie dostępności.

Dostępne są również opracowane przez Allegro automaty paczkowe One Box. Wprowadzono w nich m.in. ekrany o wysokim kontraście, możliwość wyboru wysokości skrytki i informacje o dostępności każdego automatu paczkowego jasno prezentowane w procesie dostawy. Dodatkowo wprowadzono dodatkowe oświetlenie aby jeszcze bardziej pomóc w lokalizowaniu paczek, dzięki czemu klienci mogą łatwo znaleźć swoje przesyłki.

Allegro uruchomiło dedykowane infolinie dla seniorów i osób niesłyszących, zapewniając dostosowaną do ich potrzeb pomoc i wsparcie. Infolinia dla osób niesłyszących, opracowana we współpracy z Migam, oferuje specjalistyczną pomoc odpowiadającą ich specyficznym potrzebom komunikacyjnym. Ponadto Allegro nawiązało współpracę z Krajowym Instytutem Gospodarki Senioralnej, aby zaoferować dedykowaną infolinię dla seniorów, dostosowaną do ich potrzeb. Te infolinie świadczą o zaangażowaniu Allegro w tworzenie włączającego i społecznie odpowiedzialnego środowiska dla wszystkich klientów.

Zgodnie z podejściem Allegro, dostępność łączy się z użytecznością. Produkty są projektowane w taki sposób, aby były łatwe i intuicyjne w użyciu. Zajmuje się tym zespół Customer Experience. Pełni on rolę rzecznika klienta (kupującego, sprzedającego, nadawcy paczki, odbiorcy paczki, kuriera, pożyczkobiorcy itp.), zmniejszając jego nakład pracy i poprawiając doświadczenie klienta poprzez eliminowanie istniejących i potencjalnych barier na platformie Allegro, dostarczanie szybkich i zautomatyzowanych rozwiązań wspierających samoobsługę, a w razie potrzeby zapewnienie najlepszej obsługi przez wyspecjalizowanych doradców w preferowanych przez klientów kanałach kontaktu (telefon, call back, czat, Messenger, WhatsApp, e-mail, media społecznościowe, Allegro Gadane).

Kolejnym ważnym aspektem jest wydajność i szybkość działania strony internetowej. Celem Allegro jest utrzymanie wskaźników Core Web Vital na wysokim poziomie. Wydajność witryny ma kluczowe znaczenie dla zapewnienia płynnego i angażującego doświadczenia użytkownika. Powolne czasy ładowania lub niestabilny wygląd stron mogą frustrować użytkowników i zniechęcać ich do interakcji z witryną, co potencjalnie może wpłynąć na ich relacje z firmą.

Ponieważ znaczna liczba użytkowników nie korzysta z zaawansowanych urządzeń lub szybkich połączeń internetowych, ważne jest, aby witryna była skutecznie zoptymalizowana pod kątem krótkich czasów ładowania, stabilnego wyglądu i wydajnej interaktywności. Dobrze działająca witryna oznacza zadowolonych użytkowników, którzy chętniej do niej wracają, dlatego pracownicy Allegro stale monitorują wskaźniki wydajności sieci, szybko wykrywając i eliminując wszelkie anomalie, które mogą mieć wpływ na doświadczenia użytkowników.

	Działalność w Polsce		
	2023	2022	2021
Automaty One Box dostępne zgodnie ze standardami dostępności Allegro (%)	94,8	95,8	98,6
Liczba problemów rozwiązanych podczas hackathonu dostępności	27	25	26

3.6. All 4 planet

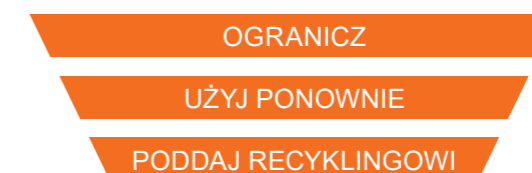
3.6.1. OPAKOWANIA

GRI 3-3, 301-1, 306-2, E5 (wybrane ujawnienia).

- 7,4 mln opakowań kartonowych wprowadzonych na rynek
- 399 tys. paczek sprzedanych przez Allegro Pack (2,4 mln od kwietnia 2021 r.)
- 49% zrównoważonych ^[1] przesyłek
- 810 sprzedawców wzięło udział w podcastach Allegro na temat opakowań, środowiska i śladu węglowego

Zmniejszenie wpływu na środowisko poprzez stosowanie zrównoważonych opakowań jest jednym z głównych priorytetów Allegro. Jest to nie tylko kwestia odpowiedzialności korporacyjnej, ale także strategiczny imperatyw utrzymania lojalności klientów i pozycji rynkowej. Obecne i przyszłe regulacje prawne, takie jak rozszerzona odpowiedzialność producenta (EPR), rozporządzenie w sprawie opakowań i odpadów opakowaniowych (PPWR) oraz dyrektywa w sprawie tworzyw sztucznych jednorazowego użytku (SUP) będą również stanowić siłę napędową w tym zakresie.

Allegro dąży do tego, aby być przygotowanym na przyszłe wyzwania i pomagać sprzedawcom w zachowaniu zgodności z tymi zmieniającymi się ramami regulacyjnymi, zapewniając, aby firma i jej partnerzy byli przygotowani na przyszły kształt standardów środowiskowych. Jako największa platforma handlowa w Europie Środkowo-Wschodniej, Allegro jest dumne ze swojej pozycji i jest w równym stopniu zaangażowane w prowadzenie swojej działalności w sposób bardziej zrównoważony. Allegro dąży do osiągnięcia pozycji lidera w zakresie zrównoważonych praktyk biznesowych, rozumiejąc znaczenie równowagi sukcesu komercyjnego z odpowiedzialnością za środowisko. Celem firmy jest ustanowienie standardu dla zrównoważonej działalności, udowadniając, że wzrost firmy i zrównoważony rozwój ekologiczny mogą iść ze sobą w parze. W ramach swojego zaangażowania na rzecz zrównoważonych praktyk, Allegro stosuje zasady projektowania ekologicznego i koncepcję 3R – Reduce, Reuse, Recycle („Ogranicz, Użyj ponownie i Poddaj recyklingowi”) – jako fundamentalną zasadę w swojej działalności.



[1] Zrównoważone opakowanie oznacza wysyłkę bez opakowania lub opakowanie wykorzystane ponownie lub materiał o zawartości co najmniej 70% materiałów pochodzących z recyklingu lub opakowanie nadające się do kompostowania potwierdzone certyfikatami lub opakowanie w 100% nadające się do recyklingu. Każdy element zrównoważonego opakowania (pudełko, taśma, wypełniacze lub folia stretch) musi spełniać co najmniej jedno z kryteriów opisanych powyżej.

„Reduce” oznacza unikanie niepotrzebnych opakowań i ograniczanie zużycia materiałów, zwłaszcza opakowaniowych, w celu zmniejszenia wpływu na środowisko. Celem firmy jest zużywanie mniejszej ilości zasobów i generowanie mniejszej ilości odpadów, na przykład poprzez wysyłanie produktów bez dodatkowego opakowania (wysyłka we własnym opakowaniu). W ten sposób Allegro nie tylko zoptymalizowało ilość materiałów opakowaniowych, ale także obniżyło koszty operacyjne. Kolejny punkt, „Reuse”, dotyczy poszukiwania sposobów na ponowne wykorzystanie materiałów. Promowane jest stosowanie opakowań, które mogą być używane wielokrotnie, zarówno w działalności Allegro, jak i przez konsumentów. Poszukiwane są możliwości wydłużenia cyklu życia materiałów i zmniejszenia zapotrzebowania na nowe zasoby, na przykład poprzez wytwarzanie materiałów wypełniających z powtórnie wykorzystanego kartonu. Ostatni element, „Recycle”, stanowi kluczową część strategii środowiskowej Allegro. Wykorzystanie materiałów nadających się do recyklingu w opakowaniach Allegro stanowi priorytet, a wśród sprzedawców i klientów promowane są właściwe praktyki w zakresie recyklingu. W ten sposób firma zapewnia, aby materiały były wykorzystywane ponownie, zmniejszając zapotrzebowanie na surowce pierwotne i minimalizując wpływ na planetę. Firma sprzedała 399 tysięcy opakowań Allegro Pack, co jeszcze bardziej podkreśla jej zaangażowanie w zrównoważone praktyki poprzez promowanie ekologicznych rozwiązań opakowaniowych.

Firma jest również świadoma ryzyka związanego z greenwashingiem. Dyrektywy UE, takie jak „Empowering Consumers for the Green Transition” i „Green Claims” są stale monitorowane. W związku z tym opracowano wytyczne dotyczące walki z greenwashingiem, które dostosowują nasze praktyki do oczekiwań interesariuszy. Wytyczne te, wyszcze-

gólnione w dokumencie polityki dostępnym w tym miejscu, gwarantują zgodność strategii środowiskowej i komunikacji Allegro z aktualnym kontekstem regulacyjnym i najlepszymi praktykami rynkowymi, a także zostały włączone do zakresu obowiązkowych szkoleń dla wszystkich pracowników.

Aby zmotywować klientów, Allegro wdrożyło angażującą kampanię upcyklingową, pokazującą im, jak przekształcić opakowania kartonowe i wypełniacze w nowe, praktyczne przedmioty metodą „zrób to sam”. Kampania edukowała również kupujących na temat podstaw prawidłowej segregacji odpadów i zwracała uwagę na proaktywne działania, które podejmuje Allegro i jego sprzedawcy w celu ochrony naszej planety. Stawiając razem na kreatywność i świadomość ekologiczną – każde małe działanie ma swój wkład w bardziej zrównoważoną Ziemię! Kolejną integralną częścią tych działań jest Akademia Allegro, będąca cennym źródłem informacji oferującym bezpłatne webinaria i kursy. Te materiały edukacyjne koncentrują się na minimalizowaniu śladu środowiskowego opakowań i podstawowych zasadach prowadzenia zrównoważonej sprzedaży, oferując praktyczne wnioski i wskazówki. Celem firmy jest dostarczenie sprzedawcom wiedzy i narzędzi do wprowadzenia zasad gospodarki o obiegu zamkniętym w ich łańcuchach wartości. W przypadku własnych usług Allegro, firma dokłada wszelkich starań, aby wszystkie produkty wysyłane w sprzedaży 1P (własne operacje) były pakowane przy użyciu zrównoważonych materiałów opakowaniowych, takich jak karton z recyklingu, taśma papierowa i wypełniacze nadające się do recyklingu. Produkty opakowaniowe Allegro posiadają uznawane na całym świecie certyfikaty FSC® zapewniające, że materiały użyte do produkcji zostały pozyskane i dostarczone w sposób zrównoważony.

Operacje własne	Grupa			Działalność w Polsce			
	2023	2022	r/r zmiana	2023	2022	r/r zmiana	2021
Opakowania kartonowe w operacjach własnych (mln sztuk)	7,4	7,7	-3,7%	3,2	2,5	+27%	N/A
Udział zrównoważonych przesyłek ^[1] w operacjach własnych	49%	N/A	N/A	48%	N/A	N/A	N/A

[1] jak wyżej

Allegro zamierza wdrożyć więcej procesów, aby zmniejszyć ilość odpadów trafiających na wysypiska i obniżyć ślad węglowy w całym łańcuchu dostaw. Nie tylko edukować, ale także wprowadzać proste rozwiązania dla wszystkich sprzedających. W sklepie Allegro_Pack sprzedawca może bezpośrednio zakupić certyfikowane produkty wykonane z materiałów pochodzących z recyklingu lub biodegradowalnych wypełniaczy, co pozwala ograniczyć wpływ na środowisko. Pudełka kartonowe oferowane przez Allegro_Pack zostały wykonane w całości z materiałów pochodzących z recyklingu i w 100% nadają się do ponownego przetworzenia. Warto dodać, że Allegro nie dolicza marży do cen produktów, aby zapewnić ich konkurencyjność. Celem jest zapewnienie łatwiejszego dostępu do niedrogich, zrównoważonych opakowań, a także promowanie przyjaznych dla środowiska praktyk w handlu elektronicznym.

Zarządzanie odpadami w magazynach ma na celu maksymalizację potencjału recyklingu. Firma dokłada wszelkich starań, aby segregować odpady w celu zwiększenia możliwości recyklingu. Prowadzona jest również ewidencja odpadów i sprawozdawczość w BDO (Krajowa Baza Danych Odpadów) dla każdej frakcji odpadów, a także sporządzane są coroczne raporty dla organów samorządowych, zgodnie z obowiązującymi przepisami dotyczącymi odpadów. W zakresie materiałów opakowaniowych firma monitoruje i raportuje również opakowania dostarczane na rynek, co jest wymagane przez przepisy dotyczące Rozszerzonej Odpowiedzialności Producenta.

Całkowita waga odpadów z magazynu

Odpady z magazynu (t)	Działalność w Polsce			
	2023	2022	r/r zmiana	2021
Odpady ogółem	236,3	735,6	-64%	N/A
Odpady poddane recyklingowi	188,7	562,3	-66%	N/A
Odpady nie poddane recyklingowi	47,6	173,3	-72%	N/A

Łączna waga lub objętość materiałów wykorzystanych do pakowania podstawowych produktów i usług organizacji w okresie sprawozdawczym

Opakowania stosowane w magazynach – masa [t]	Grupa			Działalność w Polsce			
	2023	2022	r/r zmiana	2023	2022	r/r zmiana	2021
Opakowania kartonowe – 100% papieru z recyklingu	2 006	2 033	-1%	769	653	18%	555
Folia stretch ze źródeł pierwotnych nie recyklingowana	203	132	54%	88	74	19%	54
Półpaleta drewniane – nie recyklingowana	9	45	-80%	9	45	-80%	92
Wypełniacze foliowe w 100% z recyklingu, folia HDPE	74	72	3%	0	N/A	N/A	N/A
Opakowania kartonowe – niepoddane recyklingowi	34	51	-34%	21	51	-58%	N/A

Niniejszy dokument nie stanowi wiążącej wersji rocznego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu. Oficjalna wersja Sprawozdania Roczno Grupy Allegro.eu, zawierająca roczne Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe i uzupełniające je sprawozdanie rewidenta, zawarta jest w pakiecie sprawozdawczym, który można znaleźć na stronie internetowej Allegro.eu. W przypadku rozbieżności między niniejszą wersją a pakietem sprawozdawczym wiążący jest pakiet sprawozdawczy.

3.6.2. ZMIANA KLIMATU

GRI 3-3, 305-1, 305-2, 305-4

- Redukcja emisji o 5% w ujęciu bezwzględny w porównaniu z ubiegłym rokiem (Zakresy 1 i 2, metoda market-based)
- Redukcja intensywności emisji w stosunku do przychodów o 16% w porównaniu do ubiegłego roku (Zakresy 1 i 2, metoda market-based)
- 18% energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych
- Sieć OneBox zasilana w 100% energią odnawialną, co podkreśla zaangażowanie w zrównoważony rozwój.

Allegro przyjęło ambitny cel zmniejszenia emisji gazów cieplarnianych o 38% do 2030 r. w porównaniu z rokiem bazowym 2021. Dodatkowo, w odniesieniu do Zakresu 3, firma zobowiązała 73% wszystkich swoich dostawców, według wielkości wydatków na zakup towarów i usług, dóbr kapitałowych oraz transport i dystrybucję niższego szczebla, do wyznaczenia celów klimatycznych zgodnych z metodą naukową do 2027 roku. Allegro uważa, że przeciwdziałanie skutkom zmian klimatycznych jest strategicznym obszarem działalności Grupy i dlatego jest przekonane, że obszar ten będzie stanowił jej mocną stronę i jednocześnie szansę na dalszy rozwój w procesie zdobywania nowych rynków.

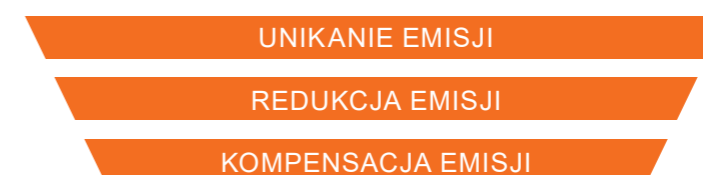
Powyższe cele w zakresie ograniczenia emisji zostały wyznaczone zgodnie z inicjatywą Science Based Targets (SBTi), do której Allegro przystąpiło w 2021 r. jako pierwsza firma e-commerce i technologiczna z Polski.

Cele przyjęte przez Allegro zostały ustalone zgodnie z metodą naukową SBTi, zweryfikowane przez Zespół Walidacji Celów SBTi i ustalone zgodnie ze ścieżką prowadzącą do osiągnięcia celu 1,5°C określonego w Porozumieniu Paryskim. W 2022 r. Allegro zostało sklasyfikowane jako jedna z pierwszych firm w Polsce posiadających cele klimatyczne zatwierdzone przez SBTi.

Ambicją firmy jest dalsze minimalizowanie negatywnego wpływu na środowisko, przede wszystkim poprzez ograniczanie emisji gazów cieplarnianych, w związku z czym Rada Dyrektorów przyjęła politykę klimatyczną i cele klimatyczne zgodne z Porozumieniem Paryskim. Celem jest uzyskanie pozycji platformy pierwszego wyboru dla klientów chcących dokonywać zakupów online w sposób zrównoważony, a także wspieranie sprzedawców (głównie małych i średnich przedsiębiorstw) w ich zrównoważonym rozwoju i wzroście. Emisje gazów cieplarnianych Grupy są monitorowane i realizowane przy jednoczesnym kontynuowaniu wdrażania strategii dekarbonizacji. W ramach tej polityki Allegro zobowiązało się do maksymalizacji wykorzystania energii odnawialnej, zmniejszenia śladu węglowego w swojej działalności i współpracy z partnerami biznesowymi w celu zmniejszenia emisji w całym łańcuchu wartości.

W ramach Polityki Klimatycznej skupiono się na pięciu filarach, w tym na logistyce, dostawach, energii odnawialnej, gospodarce o obiegu zamkniętym i edukacji.

W swojej Polityce Klimatycznej Allegro przyjęło kompleksowe i ustrukturyzowane podejście do zrównoważonego rozwoju, skrupulatnie wdrażając trzypoziomą hierarchię w celu ograniczenia emisji gazów cieplarnianych.



Pierwszy poziom, określany jako „Unikanie emisji”, nadaje pierwszeństwo zapobieganiu emisjom poprzez wprowadzanie strategicznych innowacji i zwiększanie efektywności energetycznej. Kolejny poziom, „Redukcja emisji”, koncentruje się na zmniejszaniu emisji gazów cieplarnianych poprzez usprawnianie procesów operacyjnych, wprowadzanie ekologicznych rozwiązań energetycznych i zwiększanie ogólnej wydajności operacyjnej. Ostatni poziom, „Kompensacja emisji”, obejmuje proaktywne podejście do kompensacji pozostałych emisji poprzez inwestycje w inicjatywy związane z energią odnawialną i programy ponownego zalesiania. Dzięki tej hierarchicznej strukturze firma może ustalać priorytety i zarządzać swoim śladem węglowym.

Ze względu na zaangażowanie kierownictwa w kwestie ESG (środowiskowe, społeczne i związane z łańcuchem korporacyjnym) w Grupie Allegro, w dniu 27 czerwca 2023 r. Rada Dyrektorów Allegro.eu podjęła decyzję, aby kwestie związane z ESG i klimatem stanowiły część kompetencji RemNomCo. Ponadto Nancy Cruickshank została mianowana członkiem rady dyrektorów odpowiedzialnym za ESG w Grupie.

Firma skrupulatnie opracowuje kompleksową strategię dekarbonizacji, aby dostosować się do celów wyznaczonych przez SBTi, a jej działania mają na celu złagodzenie zmian klimatycznych poprzez zaangażowanie na rzecz zmniejszenia emisji we własnej działalności (zakres 1 i 2), działalności klientów firmy, sprzedających i partnerów biznesowych (zakres

3). Działania w zakresie redukcji emisji określone w strategii odnoszą się bezpośrednio do sposobu postępowania w odniesieniu do wybranych rodzajów ryzyka i stanowią element procesu planowania finansowego Grupy Allegro.

W przypadku Zakresów 1 i 2, które obejmują bezpośrednio i pośrednio emisje z posiadanych lub kontrolowanych źródeł oraz emisje związane z wytwarzaniem zakupionej energii, działania Allegro mają dwójaki charakter: zwiększanie efektywności energetycznej i przyspieszenie przejścia na odnawialne źródła energii poprzez umowy PPA i gwarancje pochodzenia. W ramach podjętych inicjatyw, centrum logistyczne w Adamowie, główne biura i APM (Automaty Paczkowe) są zasilane energią ze źródeł odnawialnych, co znacznie zmniejsza emisję śladu węglowego. Z początkiem listopada 2021 roku Allegro uruchomiło własną sieć automatów paczkowych: One Box by Allegro. Partnerska sieć punktów PUDO (odbior, nadawanie) umożliwia klientom odbiór zamówienia następnego dnia po wysyłce i zapewnia sprzedawcom wygodną metodę wysyłki i zarządzania zamówieniami na jednej platformie. Ślad węglowy związany z korzystaniem z automatów paczkowych lub punktów odbioru w ramach ostatniej mili jest niższy niż w przypadku opcji dostawy kurierem. Według własnych obliczeń Allegro, a także innych badań przeprowadzonych w branży (np. Inpost), automaty paczkowe generują znacznie mniej emisji gazów cieplarnianych niż dostawy bezpośrednie (tj. usługi kurierskie). Emisje są średnio niższe o około 1/3. Wynika to z faktu, że w przypadku automatów paczkowych odległość pokonywana przez przesyłkę w ramach ostatniej mili jest znacznie niższa niż w przypadku dostaw kurierskich, ponieważ kurier zostawia wiele paczek w jednym miejscu, zamiast odwiedzać kilka domów (co przekłada się na przejechanie mniejszej liczby

Strategia dekarbonizacji Allegro

Zielona energia	Dostawy niskoemisyjne	Logistyka niskoemisyjna	Gospodarka o obiegu zamkniętym	Edukacja w łańcuchu wartości
Zmniejszenie zużycia energii i zapewnienie energii odnawialnej	Zmniejszenie emisji związanych z wysyłką zamówień	Rozwój niskoemisyjnych centrów logistycznych	Wprowadzenie modelu gospodarki o obiegu zamkniętym, w tym opakowań z recyklingu i wielokrotnego użytku	Edukacja klimatyczna dla interesariuszy, pracowników, sprzedających i dostawców

kilometrów i mniejsze zużycie benzyny lub oleju napędowego). Dodatkowo prowadzony jest pilotażowy projekt instalacji paneli fotowoltaicznych na automatach paczkowych. W 2023 r. ponad 60% ich całkowitego czasu pracy było zasilane autonomicznie energią słoneczną. Dodatkowo, dział badawczo-rozwojowy Allegro pracuje nad zwiększeniem liczby automatów paczkowych OneBox wyposażonych w instalacje fotowoltaiczne, a także planuje wprowadzenie nowej wersji paczkomatów działających poza siecią. Poczyniono również znaczne postępy we wdrażaniu efektywności energetycznej poprzez oszczędności na oświetleniu w postaci oświetlenia LED w magazynach w Adamowie i Jirny; dodatkowo oprawy oświetleniowe włączają się tylko wtedy, gdy są potrzebne. W automatach paczkowych oprawy LED umieszczone na dachu świecą ze 100% jasnością, gdy paczka jest wysyłana lub odbierana; w przeciwnym razie ich moc wynosi 10%. Ta różnica umożliwiła zmniejszenie zużycia energii z 36 W przy 100% jasności do 9 W przy 10% jasności. Dzięki oszczędnościom na oświetleniu Allegro zmniejszyło zużycie energii elektrycznej o 84% (w porównaniu do innych maszyn, które pozostają włączone).

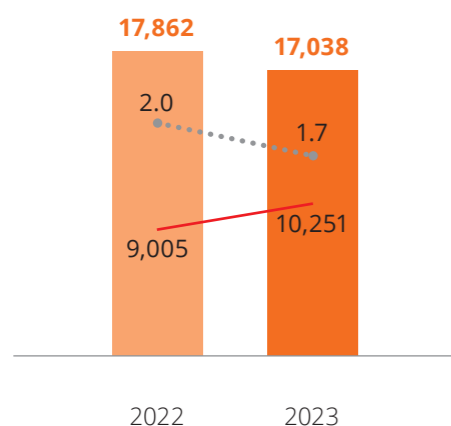
Allegro koncentruje się również na podnoszeniu świadomości w zakresie zrównoważonego rozwoju, zdając sobie sprawę z jego kluczowej roli w stymulowaniu realnych zmian. Edukacja i jasna komunikacja mogą wiele zmienić. Firma dzieli się wiedzą z pracownikami, klientami i partnerami na temat tego, jak

ważne jest dbanie o środowisko i jakie praktyczne kroki każdy może podjąć, aby robić to lepiej. W tym celu realizowanych jest szereg inicjatyw, w tym ankiety, webinaria i spotkania, których celem jest zaprezentowanie postępów i wysiłków w łagodzeniu wpływu na planetę.

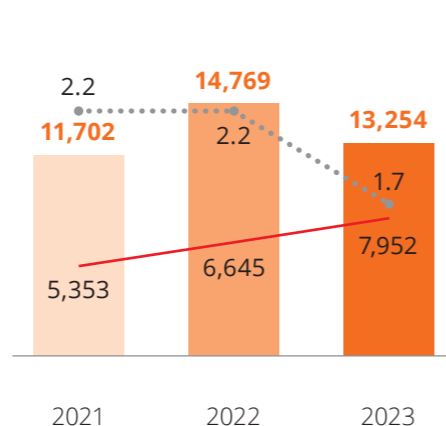
W 2021 r., podejmując zobowiązanie do realizacji celów klimatycznych Grupy Allegro, Allegro.pl dołączyło do inicjatywy UN Global Compact, prowadzonej przez Sekretarza Generalnego ONZ, zrzeczającej firmy i instytucje, dla których ważny jest zrównoważony rozwój. Przystępując do programu UN Global Compact, Grupa 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 prawdziwego zaangażowania Allegro w strategię CSR i Zrównoważonego Rozwoju oraz zaangażowania w walkę ze zmianami klimatycznymi.

Allegro dąży do osiągnięcia równowagi między wzrostem a zrównoważonym rozwojem. Wzrostowi finansowemu firmy towarzyszy kontrolowany wzrost emisji, o czym świadczy malejący wskaźnik intensywności, dzięki ukierunkowanym inicjatywom na rzecz zrównoważonego rozwoju. To podejście obrazuje zaangażowanie firmy w ekspansję i dbałość o środowisko.

Zakresy 1 i 2 – Allegro.eu, metoda market-based



Zakresy 1 i 2 – Działalność w Polsce, metoda market-based



Emisje gazów cieplarnianych (t CO₂e)
Przychody (mln PLN)
Intensywność emisji gazów cieplarnianych (t CO₂e/mln PLN)

W 2023 r. odnotowano spadek intensywności emisji w Zakresach 1 i 2 w przeliczeniu na przychody – w miarę dalszego wzrostu przychodów, bezwzględne emisje zarówno w Grupie, jak i w działalności w Polsce zostały ograniczone, co przełożyło się na obniżenie intensywności emisji o 16% w działalności Grupy i o 25% w działalności w Polsce w ujęciu rok

do roku. Redukcja została osiągnięta w szczególności poprzez optymalizację procesów logistycznych (np. włączenie operacji z magazynu w Błoniu do magazynu w Adamowie oraz zamknięcie nieefektywnych lokalizacji.)

	Grupa			Działalność w Polsce			
	2023	2022 [2]	r/r zmiana	2023	2022	r/r zmiana	2021
Emisje gazów cieplarnianych [1] (t CO₂e)							
Emisje Zakresu 1	1 375	1 422	-3%	542	802	-32%	580
Gaz ziemny	719	869	-17%	251	629	-60%	437
Olej napędowy	281	173	62%	31	21	48%	28
Benzyna	378	380	0%	261	153	71%	104
Emisje Zakresu 2 (metoda market-based)	15 660	16 440	-5%	12 712	13 967	-9%	11 122
Energia elektryczna	14 682	14 823	-1%	11 864	12 521	-5%	10 576
Energia ciepła	979	1 617	-39%	847	1 446	-41%	546
Emisje Zakresu 2 (metoda location-based) [2]	18 951	21 414	-12%	15 986	18 930	-16%	11 383
Energia elektryczna	17 973	19 798	-9%	15 139	17 484	-13%	10 836
Energia ciepła	979	1 617	-39%	847	1 446	-41%	546
Emisje Zakresu 1 i 2 (metoda market based)	17 038	17 862	-5%	13 254	14 769	-10%	11 702
Emisje Zakresu 1 i 2 (metoda location-based)	20 326	22 836	-11%	16 528	19 732	-16%	11 962

[1] The greenhouse gases identified and included in the calculation are CO₂, CH₄ and N₂O, which have been expressed as CO₂ equivalent. No biogenic CO₂ emissions have been identified. 2021 is established as the base year. The amount of emissions from the production of consumed electricity was calculated according to two methods: location-based (electricity-related emissions calculated using country average emission factors) and market-based (electricity-related emissions calculated using the energy seller specific emission factor). In the location-based method, the average emission factors for countries were used. In the market-based method, emission factors for energy suppliers were used. For locations, where market-specific emission factors were not available, location-specific emission factors were adopted, with the understanding that data will be improved in the following year. For Polska the source of the emission factors were: for electric energy in the location-based approach – KOBiZE (The National Centre for Emissions Management), in the market-based approach – energy suppliers; for heating – data published by Energy Regulatory Office. For operations outside of Polska the source of the emission factors were: for electric energy in the location-based approach – European Environment Agency, in the market-based approach – suppliers; for heating – DEFRA 2023 (Department of Environment, Food and Rural Affairs in the British Government, Greenhouse gas reporting: conversion factors 2023). DEFRA 2023 database otherwise. GWP factors based on the United Nations Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) Fifth Assessment Report (AR5) were used. Where possible, calculations were made for each subsidiary and the results were consolidated according to operational control.

Niniejszy dokument nie stanowi wiążącej wersji rocznego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu. Oficjalna wersja Sprawozdania Rocznej Grupy Allegro.eu, zawierająca roczne Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe i uzupełniające je sprawozdanie rewidenta, zawarta jest w pakiecie sprawozdawczym, który można znaleźć na stronie internetowej Allegro.eu. W przypadku rozbieżności między niniejszą wersją a pakietem sprawozdawczym wiążący jest pakiet sprawozdawczy.

Intensywność emisji gazów cieplarnianych w odniesieniu do przychodów (t CO ₂ e/mPLN)	Group			Działalność w Polsce			
	2023	2022 ¹	r/r zmiana	2023	2022	r/r zmiana	2021
Intensywność emisji Zakresu 1 i 2 (metoda market based)	1,7	2,0	-16%	1,7	2,2	-25%	2,2
Intensywność emisji Zakresu 1 i 2 (metoda location based)	2,0	2,5	-22%	2,1	3,0	-30%	2,2

Intensywność emisji gazów cieplarnianych w odniesieniu do przychodów (t CO ₂ e/mEUR) ^[4]	Group			Działalność w Polsce			
	2023	2022	r/r zmiana	2023	2022	r/r zmiana	2021
Intensywność emisji Zakresu 1 i 2 (metoda market based)	7,6	9,3	-19%	7,6	10,4	-27%	10,0
Intensywność emisji Zakresu 1 i 2 (metoda location based)	9,0	11,9	-24%	9,4	13,9	-32%	10,2

Od samego początku plan dekarbonizacji koncentrował się w pierwszych 3-4 latach, na zmniejszeniu intensywności emisji w przeliczeniu na milion złotych przychodów i stworzenia podstaw do transformacji. Celem tego strategicznego etapu było zidentyfikowanie prostych rozwiązań w zakresie redukcji wpływu na środowisko, przy jednoczesnym planowaniu zrównoważonych działań długoterminowych. Wstępne wyniki tych starań są już widoczne i obiecujące. Dzięki skoncentrowaniu się na niskoemisyjnych dostawach do automatów paczkowych, firmie udało się znacznie ograniczyć emisje związane z logistyką. Krok ten ma kluczowe znaczenie dla zmniejszenia ogólnego śladu węglowego firmy, ponieważ logistyka stanowi znaczącą część emisji w wielu sektorach. Ponadto tymczasowy zakup gwarancji pochodzenia energii umożliwił częściowe zrównoważenie emisji poprzez wspieranie produkcji energii odnawialnej, zgodnie ze strategią minimalizacji wpływu na środowisko.

Kolejnym kluczowym krokiem jest podpisanie umowy zakupu energii (vPPA) dotyczącej energii odnawialnej, która zacznie przynosić korzyści od 2025 roku. Umowa ta stanowi kamień milowy długoterminowej strategii dekarbonizacji Allegro, ponieważ pozwoli ona na znaczne zmniejszenie śladu węglowego firmy o 15 tysięcy ton rocznie. Jest to szczególnie istotne w kontekście globalnych wysiłków na rzecz ograniczenia zmian klimatycznych i osiągnięcia celów określonych w Porozumieniu Paryskim. Działanie to przyczyni się również do rozwoju podobnych inicjatyw w kraju.

[2] w związku z nabyciem Grupy Mall i WE[DO przez Grupę Allegro w kwietniu 2022 r. Ślad węglowy z Mall w 2022 r. obejmował emisje w okresie po przejęciu, tj. kwiecień-grudzień 2022 r.

[3] dla lokalizacji, dla których nie były dostępne rynkowe wskaźniki emisji, przyjęto wskaźnik location based z założeniem, że w kolejnym roku dane zostaną poprawione, jeśli to będzie możliwe

[4] średnie kursy wymiany (EUR/PLN 2023 r.: 4,543; 2022 r.: 4,68 PLN; 2021 r.: 4,58 PLN; 2020 r.: 4,47 PLN).

Poniżej przedstawiono kluczowe działania i osiągnięcia w kwestiach związanych z klimatem:

Inicjatywa	Szczegółowy opis	Wpływ na środowisko i klimat oraz nasze postępy
Promowanie niskoemisyjnych dostaw	Allegro podjęło znaczące wysiłki w celu promowania niskoemisyjnych dostaw poprzez rozbudowę sieci automatów paczkowych OneBox i współpracę z Paczkomatami Inpost. Dzięki tym działaniom udało nam się zoptymalizować sieć transportową i zmniejszyć ślad węglowy w ramach ostatniej mili, co przełożyło się na zmniejszenie emisji w przeliczeniu na jednostkę ładunku.	Szacowana wartość maksymalnej unikniętej emisji to 1 009 ton CO ₂ e
vPPA	W 2023 r. Allegro podpisało umowę vPPA z dostawcą energii odnawialnej – R Power Renewables. Umowa ta zabezpieczy cenę energii i gwarancje pochodzenia dla 220 GWh w latach 2025-2035.	Szacowana wartość unikniętych emisji to ok. 143 000 ton CO ₂ e w latach 2025-2035
Gwarancje pochodzenia	Allegro inwestuje w gwarancje pochodzenia energii ze źródeł odnawialnych na rzecz energii potrzebnej do zasilenia całej sieci automatów paczkowych. Gwarancje pochodzenia zostały również zakupione dla lokalizacji w Adamowie oraz głównych biur. Gwarancje pochodzenia wystawiane są zgodnie z przepisami prawa.	Szacowana wartość unikniętej emisji to 3 677 ton CO ₂ e

Emisje gazów cieplarnianych zostały obliczone zgodnie z wytycznymi The Greenhouse Gas Protocol, A Corporate Accounting and Reporting Standard Revised Edition.

W odniesieniu do emisji z Zakresu 3, podstawowym działaniem firmy mającym na celu dekarbonizację łańcucha dostaw jest angażowanie dostawców. W procesie ustalania celów dekarbonizacji zgodnie z SBTi, firma zadeklarowała zaangażowanie co najmniej 73% dostawców, liczonych według wielkości wydatków, do określenia swoich celów opartych na nauce dla Zakresu 1 i 2 do 2027 roku. Obecnie podejmowane są zdecydowane działania mające na celu aktywne zaangażowanie dostawców, zmotywowanie ich do przyjęcia bardziej ekologicznych praktyk i uwzględnienie zrównoważonego rozwoju w polityce zamówień.

W najnowszym Kodeksie Postępowania Dostawców i Partnerów Biznesowych Allegro zobowiązało swoich dostawców do zminimalizowania, w miarę możliwości, istotnego wpływu na środowisko naturalne, na przykład poprzez zmniejszenie zużycia energii i emisji CO₂e. Ponadto dostawcy są odpowiedzialni za wspieranie prewencyjnego podejścia do ochrony środowiska naturalnego i podejmowanie działań mających na celu promowanie odpowiedzialności ekologicznej.

Szczegółowe analizy emisji śladu węglowego, w tym z Zakresu 3, zostaną ujawnione w najbliższym raporcie ESG.

3.6.3. ZRÓWNOWAŻONA LOGISTYKA

- 1 050 nowych instalacji OneBox w 2023 r., zwiększające zasięg sieci
- 3 500 automatów OneBox od momentu uruchomienia programu
- 90% automatów OneBox jest otoczonych roślinami, co wspiera zazielenianie miast i dobrostan społeczności

W Allegro wizja przyszłości jest zakorzeniona w silnym zobowiązaniu do znacznego zminimalizowania śladu węglowego, co wpisuje się w globalne wysiłki na rzecz dekarbonizacji. Strategia firmy opiera się na dwóch elementach: po pierwsze, na wykorzystaniu odnawialnych źródeł energii do zasilania jej działalności, a po drugie, na rozwijaniu niskoemisyjnych metod transportu przesyłek. Strategia ta zakłada nie tylko redukcję emisji, ale także płynną integrację automatów paczkowych OneBox z otoczeniem bez powodowania zanieczyszczenia wizualnego lub hałasu.

Z myślą o przyszłych rozwiązaniach w zakresie dostarczania paczek, w ramach strategii skupiono się na możliwie jak największej integracji automatów paczkowych z otoczeniem miejskim i środowiskiem naturalnym. Inicjatywa ta wykracza poza podstawową funkcjonalność, mając na celu zaprojektowanie skrytek, które są zarówno wydajne, jak i atrakcyjne dla otoczenia. Kluczowym elementem strategii jest świadoma decyzja o nie umieszczaniu reklam na automatach One Box. Priorytetem jest ich wartość estetyczna i środowiskowa, w tym wykorzystanie roślinności. Do końca 2023 r. wizja ta stała się rzeczywistością, a ponad 90% naszych skrytek jest otoczone roślinnością, co świadczy o zaangażowaniu firmy w tę inicjatywę. Ta filozofia designu uwzględnia również problem chaosu urbanistycznego, dzięki czemu skrytki płynnie wtapiają się w rozmaite otoczenie. Godną uwagi innowacją jest podejście Allegro do redukcji zanieczyszczenia światłem. Skrytki OneBox są wyposażone w przyjazne dla środowiska oświetlenie z technologią czujników ruchu, która aktywuje światła LED tylko wtedy, gdy jest to konieczne, minimalizując nadmiar światła.

Fundamentalne znaczenie dla projektu mają inkluzywność i dostępność. Firma dąży do tego, aby 97% skrytek OneBox było dostępnych dla osób z niepełnosprawnościami, co dowodzi jej zaangażowania w dostarczanie paczek w sposób inkluzywny i wygodny dla wszystkich.

W ramach dążenia do zrównoważonej logistyki Allegro nadaje priorytet głównym inicjatywom, takim jak budowa infrastruktury dla transportu niskoemisyjnego i wdrażanie niskoemisyjnych metod dostaw w Depotach i magazynie One Fulfillment. 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 poprzez konsolidację zamówień do jednej paczki. W 2023 r. Allegro uruchomiło pilotażowy projekt polegający na instalacji stacji AC dla pojazdów elektrycznych. Instalacje te były wykorzystywane do usług kurierskich. Allegro poszukuje również niskoemisyjnych metod dostawy i testuje pojazdy elektryczne oraz rowery towarowe. Są to ważne działania w zakresie ciągłego testowania innowacyjnych rozwiązań w celu zminimalizowania wpływu na środowisko.

Firma wprowadziła inicjatywę łączącą technologię i środowisko – program sadzenia drzew #zasadzONE zintegrowany z usługami dostawy OneBox i PUDO. We współpracy z Lasami Państwowymi uruchomiono akcję, w ramach której za każdą co dziesiątą paczkę zostanie posadzone jedno drzewo. Program ten pozwala klientom być częścią działań firmy na rzecz zrównoważonego rozwoju. Uczestnicy otrzymują wirtualną reprezentację drzewa, które zostało im przydzielone. Otrzymują szczegółowe informacje na temat tego drzewa, takie jak jego rodzaj, dokładna lokalizacja, w której zostało posadzone, a także będą mieli możliwość dodania osobistej wiadomości lub dedykacji do swojego drzewa. Dzięki temu możemy nie tylko mówić o tym, że jesteśmy przyjaźni dla środowiska, ale także ułatwiać naszym klientom dostrzeżenie rzeczywistego wpływu na środowisko i uczestniczenie w nim.

Sumarycznie w ramach akcji #zasadzONE partnerzy firmy posadzili już ponad 1 mln sadzonek drzew. W 2023 r. podczas wiosennych i jesiennych nasadzeń posadzono wspólnie z Lasami Państwowymi 814 380 sadzonek w jedenastu nadleśnictwach: Oborniki, Kościerzyna, Lipusz, Wejherowo, Cewice, Lębork, Kraśnik, Dębica, Niepołomice, Chojnów. Umowa z Lasami Państwowymi gwarantuje, że drzewa te będą rosły przez minimum 50 lat. Fizyczne nasadzenia prowadzone są przez nadleśnictwa dwa razy w roku – wiosną i jesienią. Trwają prace nad umową dotyczącą nasadzeń wiosennych w 2024 r., które obejmą ponad 1 mln drzew. Dodatkowo w budżecie na 2024 r. zarezerwowano środki na realizację tego projektu, co pozwoli na posadzenie ponad 2,5 mln nowych sadzonek drzew.

Zaangażowanie Allegro w ograniczanie emisji gazów cieplarnianych obejmuje również zakresem transport. Prowadzone są testy stacji akumulatorowych w automatach OneBox, a także rozważane jest wykorzystanie paneli fotowoltaicznych zainstalowanych na ich dachach. W sektorze kurierskim Allegro, czyli OneKurier, testowane są pojazdy niskoemisyjne, w tym elektryczne samochody dostawcze i rowery towarowe, w celu zmniejszenia śladu węglowego. W obszarze realizacji zamówień na produkty zaprojektowano usługę OneFulfillment, która wspiera program zrównoważonego rozwoju. Magazyn, w którym mieści się OneFulfillment i Oficjalny Sklep Firmowy, nie tylko jest zasilany zieloną energią, ale także wyposażony w stacje ładowania pojazdów elektrycznych. Instalacje te były wykorzystywane do usług kurierskich.

Allegro wspiera instalację infrastruktury ładowania samochodów oraz wymianę floty na pojazdy niskoemisyjne ze względu na spodziewany szybki wzrost zapotrzebowania na instalacje ładowania oraz w związku z przewidywanym zakazem sprzedaży pojazdów spalinowych w Europie. W ramach tych działań mających na celu wsparcie infrastruktury dla pojazdów niskoemisyjnych, Allegro pracuje nad rozwojem stacji ładowania pojazdów dwukołowych, które będą zlokalizowane przy automatach paczkowych OneBox. Ładowanie odbywać się będzie poprzez pozostawienie zaparkowanej hulajnogi lub roweru elektrycznego i uruchomienie usługi w aplikacji internetowej.

Warto też odnotować, że Allegro, we współpracy z Hop.City, wprowadziło do swoich automatów One Box nową usługę – Swap&Go, umożliwiającą błyskawiczną wymianę baterii w dwukołowych pojazdach elektrycznych. Usługa ta pozwala użytkownikom na zdeponowanie rozładowanej baterii w automatach Allegro i odebranie naładowanej baterii w ciągu 30 sekund. Moduły zostały zaprojektowane w taki sposób, aby mogły ładować różne rodzaje baterii – zarówno do rowerów, jak i hulajnóg. Usługa zapewnia rowerom i hulajnogom elektrycznym znacznie większy zasięg i wspiera rozwój zrównoważonych środków transportu w celu zmniejszenia emisji gazów cieplarnianych w porównaniu z tradycyjnymi pojazdami napędzanymi silnikami spalinowymi. W 2023 r. uruchomiono pierwszych 6 stacji Swap&Go w Warszawie, Krakowie i Poznaniu. Usługa została zaprojektowana i wdrożona w Polsce jako pierwsze tego typu rozwiązanie na świecie. Ponadto podejście do zrównoważonej logistyki obejmuje współpracę z ośrodkami miejskimi w celu promowania niskoemisyjnej logistyki dostaw. Allegro angażuje się w istotne przedsięwzięcia partnerskie i opracowuje rozwiązania, takie jak mikro-hub we Wrocławiu i ustanowienie najlepszych praktyk dla automatów paczkowych w Poznaniu, co świadczy o zaangażowaniu Allegro w innowacyjne i przyjazne dla środowiska rozwiązania logistyczne.

3.6.4. ZRÓWNOWAŻONE PRODUKTY I USŁUGI

- 50% wzrost odwiedzin aplikacji Allegro Lokalnie w ujęciu rok do roku
- 33% wzrost liczby nowych użytkowników aplikacji Allegro Lokalnie w ujęciu rok do roku
- 2,5 miliona użytkowników Allegro korzystało z „Listy przedmiotów do odsprzedaży”

Zaangażowanie Allegro na rzecz zrównoważonego rozwoju jest głęboko zakorzenione i szeroko zakrojone, co odzwierciedla wszechstronne i strategiczne podejście do odpowiedzialności środowiskowej i społecznej. Przejawia się ono w podejściu do koncepcji gospodarki o obiegu zamkniętym, w szczególności poprzez ideę zapewniania produktom drugiego życia. Wyrazem tego zaangażowania jest usługa Allegro Lokalnie. Uruchomione w 2020 r. Allegro Lokalnie świadczy o wrażliwości na potrzeby użytkowników i stanowi platformę, na której mogą oni wygodnie i bezpiecznie sprzedawać i kupować używane przedmioty. Usługa ta oferuje korzyści ekonomiczne, a także jest zgodna z celem w zakresie promowania praktyk zakupowych w obiegu zamkniętym. Potencjał Allegro Lokalnie ma solidne podstawy w trendach rynkowych. Według wspomnianego wcześniej badania PMR, rynek odsprzedaży w Polsce odnotowuje stały wzrost. Trend ten nie ogranicza się jedynie do oszczędzania pieniędzy lub znajdowania unikalnych przedmiotów; chodzi o dokonywanie wyborów przyjaznych dla środowiska i dawanie produktom drugiego życia. Aplikacja mobilna Allegro Lokalnie cieszy się rosnącym zainteresowaniem, odnotowując 50% wzrost liczby odwiedzin i 33% wzrost liczby nowych użytkowników w ujęciu rok do roku. Statystyki te podkreślają rosnące zainteresowanie rynkiem z drugiej ręki, szczególnie w kategoriach takich jak książki i media, moda, dom i ogród oraz elektronika.

Ambicje Allegro wykraczają poza zwykłą wygodę dokonywania transakcji. Firma jest zaangażowana w oferowanie zrównoważonych rozwiązań produktowych, podkreślając znaczenie obiegu zamkniętego i świadomości ekologicznej w ofertach. Kampania medialna zatytułowana „Sprzedaj nietrafiony prezent” obejmuje w szczególności okres poświąteczny i dotyczy problemu niechcianych prezentów. Jest to

krok w kierunku zmniejszenia ilości odpadów i zachęcania do rozsądnej konsumpcji. Allegro oferuje klientom platformę do sprzedaży prezentów, które w przeciwnym razie mogłyby pozostać niewykorzystane, ułatwiając pozbycie się niepotrzebnych rzeczy, a jednocześnie tworząc środowisko, w którym przedmioty znajdują nową wartość i przeznaczenie. Dzięki Allegro Lokalnie i szerzej zakrojonym inicjatywom platformy, doświadczenia zakupowe są definiowane na nowo, tak aby były bardziej zgodne ze zrównoważonymi praktykami, tym samym wnosząc pozytywny wkład zarówno w społeczeństwo, jak i środowisko.

Koncepcja dawania produktom drugiego życia jest również zakorzeniona w programie „Elektro-zwrotów”, który umożliwia klientom bezpłatny zwrot niechcianego lub uszkodzonego sprzętu elektrycznego po pierwszym odbiorze przesyłki z OneBox. Nieprawidłowa utylizacja sprzętu elektrycznego stanowi poważne zagrożenie dla środowiska. Porzucony sprzęt elektryczny zawiera szkodliwe substancje, takie jak rtęć, azbest i związki bromu, które mogą zostać uwolnione i przeniknąć do powietrza, gleby i wód gruntowych. Z tego powodu Allegro naprawia i odsprzedaje zepsuty sprzęt lub poddaje go recyklingowi. W 2023 r. klienci przekazali 4 258 paczek, przy czym na jedną paczkę przypadało średnio 5 sztuk sprzętu elektrycznego. Zgodnie z informacjami od firmy zbierającej surowce, 60% tego sprzętu zostało ponownie wykorzystane. W 2024 r. planowane jest rozszerzenie usługi o zwrot odzieży i przekazywanie jej potrzebującym organizacjom, kiedy tylko partner będzie gotowy zapewnić pełną obsługę logistyczną.

Allegro przestrzega również zasad gospodarki obiegu zamkniętego, instalując w wybranych automatach paczkowych OneBox pojemniki na opakowania kartonowe. Każda osoba odbierająca paczkę lub posiadająca opakowanie kartonowe może, po zeskanowaniu kodu kreskowego i oderwaniu etykiety wysyłkowej, umieścić je w wyznaczonym pojemniku. Zebrane do pojemników opakowania kartonowe są wykorzystywane przez fundacje i organizacje społeczne współpracujące z Allegro.

Dążąc do lepszego zaspokajania potrzeb klientów, Allegro podejmuje odważne działania w celu zwiększenia liczby zrównoważonych produktów oferowanych na swojej platformie. Jedną z inicjatyw, Allegro „Produkty z certyfikatami”, stanowi kluczowy przykład tego zaangażowania. Jest to specjalnie wyselekcjonowany asortyment 10,8 tys. produktów, w którym konsumenci mogą znaleźć różnorodne artykuły spełniające specjalne kryteria środowiskowe i społeczne. Platforma oferuje szereg produktów, od ekologicznych kosmetyków i organicznych produktów dla dzieci po produkowane zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju środki czyszczące i różnorodny wybór artykułów spożywczych, w tym w niszowych kategoriach, takich jak produkty roślinne i wegańskie. Każdy produkt wystawiony na Allegro Naturalnie może pochwalić się co najmniej jednym uznanym certyfikatem, takim jak EU Organic Label, FairTrade lub Rainforest Alliance, gwarantującym przestrzeganie wysokich standardów upraw ekologicznych, odpowiedzialnego zarządzania zasobami, bezpieczeństwa zdrowotnego i uczciwych praktyk pracy. Certyfikaty te są wyrazem zaangażowania w etyczną produkcję i przejrzystość łańcucha dostaw, co odzwierciedla nasze zaangażowanie w odpowiedzialną konsumpcję.

Strategiczne podejście Allegro do kwestii odpowiedzialności społecznej ma na celu budowanie zaufania wśród swoich klientów. Aspiracje te znajdują praktyczne odzwierciedlenie w programie „Allegro Protect”, który obejmuje różne scenariusze, od braku dostawy po niezgodności dotyczące produktów, zapewniając bezpieczne i pewne zakupy. Rozwiązując 98% problemów zgłaszanych przez klientów, Allegro gwarantuje ich satysfakcję, a także zwiększa ogólny odbiór zakupów online jako bezpiecznej i niezawodnej opcji. W zakresie regulowania ofert produktów, Allegro utrzymuje odpowiedzialną postawę w stosunku do przedmiotów, które naruszają standardy etyczne i środowiskowe. Przykładowo zakaz sprzedaży żywych lub martwych okazów gatunków zagrożonych wyginięciem jest wyraźnym

znakiem sprzeciwu wobec handlu dziką fauną i florą oraz zobowiązania do ochrony bioróżnorodności. Zasady te obejmują również zapewnienie, by każda sprzedaż żywych zwierząt na platformie prowadzona była w humanitarnych warunkach i zgodnie z odpowiednimi przepisami prawa. Zakaz sprzedaży gatunków nierodzimych i inwazyjnych podkreśla naszą troskę i dbałość o różnorodność biologiczną.

Allegro jest liderem w zakresie promowania świadomości ekologicznej i zrównoważonego rozwoju w sektorze e-commerce, zaangażowanym w szereg inicjatyw skierowanych do sprzedawców i konsumentów. Jako członek Izby Gospodarki Elektronicznej Allegro jest wiodącym uczestnikiem grupy roboczej ds. zrównoważonego e-commerce oraz głównym partnerem raportu Odpowiedzialny e-commerce w Polsce, który co roku prezentuje wyniki badania dotyczącego oczekiwań konsumentów w zakresie odpowiedzialności firm z branży e-commerce. W 2023 r. Allegro było również partnerem badania dotyczącego stopnia znajomości ekocertyfikatów przez konsumentów. Badanie zostało przeprowadzone przez Federację Konsumentów przy udziale partnera badawczego Allegro oraz Fundacji Brandy Lab i ABR Sesta.

Inicjatywy Allegro w zakresie zrównoważonego rozwoju reprezentują zasadniczo wielowymiarowe i dynamiczne podejście. Począwszy od oferowania certyfikowanych ekologicznie produktów i promowania wzorców konsumpcji zgodnej z zasadami obiegu zamkniętego, po integrację przyjaznych dla środowiska praktyk operacyjnych i zapewnienie bezpiecznego środowiska e-commerce, działania Allegro są zarówno odpowiedzią na obecne wyzwania o charakterze globalnym, jak i proaktywnym wysiłkiem na rzecz kształtowania bardziej zrównoważonej i odpowiedzialnej przyszłości. Podejmowane działania wpisują się w zmieniające się preferencje i wymagania konsumentów oraz wyznaczają nowy paradygmat korporacyjnego zarządzania środowiskowego i odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw.

Allegro Lokalnie	Działalność w Polsce			
	2023	2022	r/r zmiana	2021
Liczba ofert (mln)	4,4	3,7	+19%	2,7

3.6.5. UJAWNIEŃ W ZAKRESIE TAKSONOMII 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 kwalifikacji działalności za zrównoważone środowiskowo, podczas gdy działalność zgodna z systematyką Taksonomii UE to działalność gospodarcza, która:

- wnosi istotny wkład w realizację co najmniej jednego z celów środowiskowych;
- nie wyrządza poważnych szkód dla żadnego z celów środowiskowych;
- spełnia wymogi technicznych kryteriów kwalifikacji; oraz
- jest prowadzona zgodnie z minimalnymi gwarancjami społecznymi.

W Taksonomii zdefiniowano następujące sześć celów środowiskowych:

1. łagodzenie zmian klimatu (CCM)
2. adaptacja do zmian klimatu (CCA)
3. zrównoważone wykorzystywanie i ochrona zasobów wodnych i morskich (WTR)
4. przejście na gospodarkę o obiegu zamkniętym (CE)
5. zapobieganie zanieczyszczeniu i jego kontrola (PPC)
6. ochrona i odbudowa bioróżnorodności i ekosystemów (BIO).

Na dzień 31 grudnia 2022 r. (w odniesieniu do sprawozdawczości za poprzedni rok) techniczne kryteria kwalifikacji były dostępne tylko dla dwóch pierwszych celów środowiskowych, tj. łagodzenia zmian klimatu i adaptacji do zmian klimatu – były one opublikowane w formie Rozporządzenia delegowanego Komisji (UE) 2021/2139 (i uzupełniającego rozporządzenia delegowanego Komisji (UE) 2022/1214).

Z kolei, na dzień 31 grudnia 2023 r. Rozporządzenia delegowane Komisji w sprawie działalności kwalifikujących się do systematyki oraz odpowiadających im kryteriów technicznych dla czterech pozostałych celów środowiskowych określonych w Taksonomii UE (oraz dla niektórych dodatkowych działalności w ramach celów CCM i CCA) były już dostępne po ich opublikowaniu w formie rozporządzeń delegowanych Komisji 2023/2485 i 2023/2486.

Zgodnie z Rozporządzeniem delegowanym Komisji (UE) 2021/2178 (zmienionym Rozporządzeniem delegowanym Komisji (UE) 2023/2486) przedsiębiorstwa niefinansowe ujawniają kluczowe wskaźniki wyników (KPI) związane z obrotem (przychodami), nakładami inwestycyjnymi (CapEx) i wydatkami operacyjnymi (OpEx) kwalifikującymi się do systematyki i zgodnymi z systematyką w odniesieniu do działalności przyczyniającej się do realizacji celów CCM i CCA. W przypadku działalności objętych nowymi rozporządzeniami delegowanymi Komisji (2023/2485 i 2023/2486) przedsiębiorstwa niefinansowe w 2023 r. ujawniają wskaźniki KPI związane wyłącznie z obrotem (przychodami), nakładami inwestycyjnymi (CapEx) i wydatkami operacyjnymi (OpEx) kwalifikującymi się do systematyki. Zgodnie z tym rozporządzeniem Grupa ujawnia:

- odsetek działalności kwalifikującej się do systematyki w całkowitym: obrocie (przychodach), nakładach inwestycyjnych („CapEx”), wydatkach operacyjnych („OpEx”) (**dla wszystkich działalności kwalifikujących się do systematyki**); oraz
- odsetek działalności zgodnych z systematyką (tj. działalności zrównoważonych środowiskowo) w całkowitym: obrocie (przychodach), nakładach inwestycyjnych („CapEx”), wydatkach operacyjnych („OpEx”) – **tylko w odniesieniu do działalności zidentyfikowanych jako kwalifikujące się do systematyki na podstawie Rozporządzeń delegowanych Komisji 2021/2139 i 2022/1214.**

Grupa ujawnia również powiązane informacje kontekstowe (tj. objaśniające), wskazane w Załączniku I i Załączniku XII do Rozporządzenia delegowanego Komisji (UE) 2021/2178, a także stosowne ujawnienia ilościowe w formie tabelarycznej, wskazane w Załączniku II do tego Rozporządzenia. W związku z tym, do celów ujawnienia informacji w ramach Taksonomii UE za 2023 r., Grupa przeanalizowała swoją działalność gospodarczą pod kątem kwalifikowalności do systematyki Taksonomii UE i dokonała oceny zgodności działalności kwalifikujących się do Taksonomii UE (objętych Rozporządzeniami delegowanymi Komisji 2021/2139 i 2022/1214) z kryteriami technicznymi Taksonomii UE właściwymi dla łagodzenia zmian klimatu i adaptacji do zmian klimatu.

Grupa oceniła również swoją zgodność z minimalnymi gwarancjami społecznymi.

Zakres działalności kwalifikujących się do systematyki obejmuje określony katalog branż, które zostały uznane przez UE za najbardziej istotne dla osiągnięcia 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 gospodarczej do systematyki Taksonomii UE – tylko jedna z działalności objętych Taksonomią UE „5.6. Platformy wielostronne służące do handlu towarami używanymi w celu ponownego użycia” jest bezpośrednio związana z podstawową działalnością Grupy generującą przychody.

W wyniku tej analizy Grupie udało się zidentyfikować następujące działalności kwalifikujące się do systematyki Taksonomii UE:

Cel środowiskowy	Działalność w Taksonomii UE	Działalność Allegro.eu
Łagodzenie zmian klimatu (CCM)	6.5. Transport motocyklami, samochodami osobowymi i lekkimi pojazdami użytkowymi	Zakupy / leasingi oraz kwalifikowane wydatki na utrzymanie związane z flotą pojazdów służbowych
Łagodzenie zmian klimatu (CCM)	8.1. Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność	Przychody z tytułu przetwarzania danych oraz zarządzania stronami internetowymi (hostingu) i podobnej działalności, pozostałej działalności usługowej w zakresie technologii informatycznych i komputerowych, działalności związanej z zarządzaniem urządzeniami informatycznymi, działalności związanej z oprogramowaniem oraz działalności związanej z doradztwem w zakresie informatyki. Zakupy / leasingi oraz kwalifikowane wydatki na utrzymanie związane z przetwarzaniem danych, zarządzaniem stronami internetowymi (hostingiem) i podobną działalnością.
przejście na gospodarkę o obiegu zamkniętym (CE)	5.6. Platformy wielostronne służące do handlu towarami używanymi w celu ponownego użycia	Przychody z prowizji pobieranych od sprzedawców korzystających z platform internetowych Grupy w celu sprzedaży używanych produktów, materiałów lub komponentów do ponownego użycia. <i>Działalność ta jest raportowana po raz pierwszy za rok obrotowy 2023, zgodnie z nowym Rozporządzeniem delegowanym Komisji (UE) 2023/2486.</i>

Niniejszy dokument nie stanowi wiążącej wersji rocznego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu. Oficjalna wersja Sprawozdania Rocznej Grupy Allegro.eu, zawierająca roczne Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe i uzupełniające je sprawozdanie rewidenta, zawarta jest w pakiecie sprawozdawczym, który można znaleźć na stronie internetowej Allegro.eu. W przypadku rozbieżności między niniejszą wersją a pakietem sprawozdawczym wiążący jest pakiet sprawozdawczy.

Biorąc pod uwagę charakter podstawowej działalności Grupy, nie można było zidentyfikować więcej działalności kwalifikujących się do systematyki.

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 kwalifikujących się do systematyki została oceniona zgodnie z kryteriami technicznymi pod kątem:

- wnoszenia istotnego wkładu w realizację celu łagodzenia zmian klimatu oraz
- niewyrządzenia poważnych szkód (ang.: do no significant harm – „DNSH”) dla pozostałych celów środowiskowych wskazanych w Taksonomii UE.

Analiza spełnienia kryteriów technicznych opierała się na wiedzy doświadczonych specjalistów branżowych zatrudnionych przez Grupę lub współpracujących z Grupą.

Za rok 2023 Grupa nie zidentyfikowała zgodnych z systematyką Taksonomii UE obrotów, nakładów inwestycyjnych ani wydatków operacyjnych.

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 2023 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.

Grupa nie zidentyfikowała kwestii, które mogłyby świadczyć o niespełnieniu przez Grupę minimalnych gwarancji społecznych w roku 2023.

PODSUMOWANIE KLUCZOWYCH WSKAŹNIKÓW WYNIKÓW GRUPY DOT. TAKSONOMII UE

Grupa niniejszym ujawnia podsumowanie swoich kluczowych wskaźników wyników za rok 2023 związanych z działalnościami gospodarczymi Grupy zgodnymi z systematyką Taksonomii UE i kwalifikującymi się do systematyki Taksonomii UE.

Kluczowe wskaźniki wyników dot. Taksonomii UE	Działalność gospodarcza zgodna z systematyką		Działalność kwalifikująca się do systematyki	
	FY 2023	FY 2022	FY 2023	FY 2022
Procent całkowitego obrotu	0,00%	0,00%	3,49% ^[1]	0,12%
Procent całkowitych nakładów inwestycyjnych (CapEx)	0,00%	0,00%	3,56% ^[2]	0,80%
Procent całkowitych wydatków operacyjnych (OpEx)	0,00%	0,00%	15,80% ^[3]	3,55% – raportowane w roku obrotowym 2022 15,36% – przekształcone w roku obrotowym 2023 ^[3]

[1] Znaczący wzrost wskaźnika KPI dotyczącego obrotów wynika z wejścia w życie Rozporządzenia delegowanego Komisji nr 2023/2486, które wprowadziło działalność „5.6. Platformy wielostronne służące do handlu towarami używanymi w celu ponownego użycia”

[2] Wzrost wskaźnika KPI CapEx wynika z obniżenia wartości mianownika w porównaniu do poprzedniego roku (w roku obrotowym 2022 Grupa ujęła znaczące zwiększenia rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych wynikające z przejęć).

[3] Znaczący wzrost wskaźnika KPI OpEx wynika z obniżenia wartości mianownika w porównaniu do poprzedniego roku (w roku obrotowym 2023 Grupa dokonała bardziej precyzyjnej alokacji kwalifikujących się kategorii OpEx, w szczególności wyłączając istotną część kosztów pracowniczych, które nie były związane wyłącznie z utrzymaniem rzeczowych aktywów trwałych lub kwalifikującymi się pracami badawczo-rozwojowymi). Gdyby ta sama metodologia została zastosowana do wskaźnika KPI OpEx w roku obrotowym 2022, wskaźnik KPI raportowany w poprzednim roku wyniósłby 15,36%.

KLUCZOWE WSKAŹNIKI WYNIKÓW ZWIĄZANE Z OBROTEM

Udział procentowy obrotu z tytułu produktów lub usług powiązanych z działalnością gospodarczą zgodną z systematyką – ujawnienie dotyczący roku 2023

Rok obrotowy 2023	2023		Kryteria dotyczące istotnego wkładu						Kryteria dotyczące zasady DNSH („nie czyni poważnych szkód”)										Udział działalności zgodnej z systematyką (A.1.) lub kwalifikującej się do systematyki (A.2.) Obrót, rok 2022 (18)	Kategoria działalności wspomagająca (19)	Kategoria Działalność na rzecz przejścia (20)
	Kod lub kody (2)	Przychody (3)	Proportion of Turnover, year 2023 (4)	Łagodzenie zmian klimatu (5)	Adaptacja do zmian klimatu (6)	Zasoby wodne i morskie (7)	Zanieczyszczenie (8)	Gospodarka o obiegu zamkniętym (9)	Bioróżnorodność (10)	Łagodzenie zmian klimatu (11)	Adaptacja do zmian klimatu (12)	Zasoby wodne i morskie (13)	Zanieczyszczenie (14)	Gospodarka o obiegu zamkniętym (15)	Bioróżnorodność (16)	Minimalne gwarancje (17)	%	E			
Działalność gospodarcza (1)		PLN'000	%	Y;N;N/EL;	Y;N;N/EL	Y;N;N/EL	Y;N;N/EL	Y;N;N/EL	Y;N;N/EL	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	%	E	Y		
A. DZIAŁALNOŚĆ KWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI																					
A.1. Rodzaje działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodnej z systematyką)																					
Obrót z tytułu działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodnej z systematyką) (A.1)		0	0,00%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0,00%	—	—		
W tym wspomagająca		0	0,00%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0,00%	E	—		
W tym na rzecz przejścia		0	0,00%	N/EL	—	—	—	—	—	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0,00%	—	Y		
A.2 Działalność kwalifikująca się do systematyki, ale niezrównoważona środowiskowo (działalność niezgodna z systematyką)																					
5.6. Platformy wielostronne służące do handlu towarami używanymi w celu ponownego użycia	CE 5,6	348 283	3,42%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	EL	N/EL	—	—	—	—	—	—	—	0,00%	—	—		
8.1. Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność	CCM 8,1	7 131	0,07%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	—	—	—	—	—	—	—	0,10%	—	—		
Obrót z tytułu działalności kwalifikującej się do systematyki, ale niezrównoważonej środowiskowo (działalności niezgodnej z systematyką) (A.2)		355 414	3,49%	3,49%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	—	—	—	—	—	—	—	0,10%	—	—		
Obrót z tytułu działalności kwalifikującej się do systematyki (A.1+A.2)		355 414	3,49%	3,49%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	—	—	—	—	—	—	—	0,10%	—	—		
B. DZIAŁALNOŚĆ NIEKWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI																					
Obrót z tytułu działalności niekwalifikującej się do systematyki		9 829 903	96,51%																		
RAZEM		10 185 317	100,00%																		

KONTEKST

Na podstawie analizy wszystkich rodzajów działalności opisanych w załącznikach do odpowiednich Rozporządzeń delegowanych Komisji, obroty Grupy kwalifikujące się do systematyki Taksonomii UE związane są z rodzajami działalności określonymi w Taksonomii jako „5.6 Platformy wielostronne służące do handlu towarami używanymi w celu ponownego użycia” oraz „8.1 Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność”.

Działalność „5.6 Platformy wielostronne służące do handlu towarami używanymi w celu ponownego użycia” dotyczący tworzenia i prowadzenia platform wielostronnych służących do handlu (sprzedaży lub wymiany) używanymi produktami, materiałami lub komponentami do ponownego użycia, w przypadku gdy platformy zarządzane przez Grupę pełnią rolę pośrednika kojarzącego nabywców poszukujących usługi lub produktu ze sprzedawcami lub dostawcami tych produktów lub usług.

Działalność ta obejmuje stosunkowo niewielką część modelu biznesowego Grupy i jest raportowana po raz pierwszy za rok obrotowy 2023, zgodnie z nowym Rozporządzeniem delegowanym Komisji (UE) 2023/2486. Raportowane przychody kwalifikujące się do systematyki obejmują prowizje pobierane od sprzedawców korzystających z platform internetowych Grupy w celu sprzedaży używanych produktów, materiałów lub komponentów do ponownego użycia.

Zgodnie z Rozporządzeniem delegowanym Komisji (UE) 2023/2486, działalność „5.6 Platformy wielostronne służące do handlu towarami używanymi w celu ponownego użycia” nie została jeszcze przeanalizowana pod kątem technicznych kryteriów kwalifikacji związanych z istotnym wkładem w przejście na gospodarkę o obiegu zamkniętym i „niewyrządzeniem poważnych szkód” w odniesieniu do pozostałych celów środowiskowych. Analiza taka zostanie przeprowadzona po raz pierwszy w następnym okresie sprawozdawczym.

Działalność „8.1 Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność” obejmuje świadczenie usług hostingowych dla klientów zewnętrznych. Przez usługi hostingu rozumie się udostępnienie klientowi zewnętrznemu wszelkich komponentów informatycznych w celu wsparcia jego działalności gospodarczej, w tym: okablowania strukturalnego, centralk, elementów chłodzących, serwerów, firewalli, routerów, switchów, urządzeń backupowych i innych udostępnianych klientowi komponentów 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 „niewyrządzeniem poważnych szkód” pozostałym celom środowiskowym. Grupa stwierdziła, że działalność nie spełnia wszystkich 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.

ZASADY RACHUNKOWOŚCI

Obrót wykorzystywany do obliczania kluczowych wskaźników wyników obejmuje obrót (przychody) netto uzyskany z produktów lub usług Grupy.

Udział obrotów 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 działalnościami kwalifikującymi się do systematyki Taksonomii UE „5.6 Platformy wielostronne służące do handlu towarami używanymi w celu ponownego użycia” oraz „8.1 Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność” ujętych przez Grupę w 2023 roku; przez
- mianownik stanowiący wartość łącznych skonsolidowanych przychodów Grupy, ujawnionych w Raporcie Rocznym Allegro.eu za rok zakończony 31 grudnia 2023 r. w Nocie 9.

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.

KLUCZOWE WSKAŹNIKI WYNIKÓW ZWIĄZANE Z NAKŁADAMI INWESTYCYJNYMI

Udział procentowy nakładów inwestycyjnych z tytułu produktów lub usług powiązanych z działalnością gospodarczą zgodną z systematyką – ujawnienie dotyczy roku 2023

Rok obrotowy 2023	2023			Kryteria dotyczące istotnego wkładu					Kryteria dotyczące zasady DNSH („nie czyni poważnych szkód”)							Udział działalności zgodnej z systematyką (A.1.) lub kwalifikującej się do systematyki (A.2.) Obrót, rok 2022 (18)	Kategoria działalności wspomagająca (19)	Kategoria Działalność na rzecz przejścia (20)	
	Kod lub kody (2)	Nakłady inwestycyjne (3)	Odsetek nakładów inwestycyjnych, rok 2023 (4)	Łagodzenie zmian klimatu (5)	Adaptacja do zmian klimatu (6)	Zasoby wodne i morskie (7)	Zanieczyszczenie (8)	Gospodarka o obiegu zamkniętym (9)	Bioróżnorodność (10)	Łagodzenie zmian klimatu (11)	Adaptacja do zmian klimatu (12)	Zasoby wodne i morskie (13)	Zanieczyszczenie (14)	Gospodarka o obiegu zamkniętym (15)	Bioróżnorodność (16)				Minimalne gwarancje (17)
Działalność gospodarcza (1)		PLN'000	%	Y;N;N/EL;	Y;N;N/EL	Y;N;N/EL	Y;N;N/EL	Y;N;N/EL	Y;N;N/EL	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	%	E	Y
A. DZIAŁALNOŚĆ KWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI																			
A.1. Rodzaje działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodnej z systematyką)																			
Nakłady inwestycyjne z tytułu działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodnej z systematyką) (A.1)		0	0,00%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0,00%	—	—
W tym wspomagająca		0	0,00%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0,00%	E	—
W tym na rzecz przejścia		0	0,00%	N/EL	—	—	—	—	—	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0,00%	—	Y
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	CCM 8,1	18 831	3,56%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	—	—	—	—	—	—	—	0,80%	—	—
Nakłady inwestycyjne z tytułu działalności kwalifikującej się do systematyki, ale niezrównoważonej środowiskowo (działalności niezgodnej z systematyką) (A.2)		18 831	3,56%	3,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	—	—	—	—	—	—	—	0,80%	—	—
A. Nakłady inwestycyjne z tytułu działalności kwalifikującej się do systematyki (A.1+A.2)		18 831	3,56%	3,56%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	—	—	—	—	—	—	—	0,80%	—	—
B. DZIAŁALNOŚĆ NIEKWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI																			
Nakłady inwestycyjne z tytułu działalności niekwalifikującej się do systematyki		509 869	96,44%																
RAZEM		528 700	100,00%																

KONTEKST

Na podstawie analizy wszystkich rodzajów działalności opisanych w załącznikach do odpowiedniego Rozporządzenia delegowanego Komisji, nakłady inwestycyjne Grupy kwalifikujące się do systematyki Taksonomii UE związane są z rodzajem działalności określonym w Taksonomii jako „8.1 Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność”.

Nakłady inwestycyjne kwalifikujące się do systematyki Taksonomii UE związane są głównie ze zwiększeniami rzeczowych aktywów trwałych w centrach danych.

Działalność została oceniona pod kątem technicznych kryteriów kwalifikacji związanych z istotnym wkładem w łagodzenie zmian klimatu oraz „niewyrządzeniem poważnych szkód” pozostałym celom środowiskowym. Grupa stwierdziła, że działalność nie spełnia wszystkich środowiskowych kryteriów technicznych przewidzianych w załączniku I do Rozporządzenia delegowanego Komisji (UE) 2021/2139 (działalność 8.1 została opisana w ramach informacji kontekstowych dla kluczowych wskaźników wyników dotyczących obrotu). Tym samym działalności te są sklasyfikowane jako kwalifikujące się do systematyki Taksonomii UE, ale niezgodne z systematyką Taksonomii UE. Niemniej jednak, Grupa zbadała zgodność tej działalności z minimalnymi gwarancjami społecznymi – nie zidentyfikowano żadnych oznak niezgodności.

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.: 8.1. Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność) ujętych w 2023 przez Grupę; przez
- mianownik stanowiący wartość łącznych skonsolidowanych nakładów inwestycyjnych Grupy, ujawnionych w raporcie rocznym Allegro.eu za rok zakończony 31 grudnia 2023 r. w Notach 13 i 14.

Przypisanie nakładów inwestycyjnych do działalności kwalifikującej się do systematyki Taksonomii UE było możliwe dzięki zaawansowanym narzędziom kontrolingu finansowego Grupy oraz wiedzy i doświadczeniu ekspertów merytorycznych Grupy.



KLUCZOWE WSKAŹNIKI WYNIKÓW ZWIĄZANE Z WYDATKAMI OPERACYJNYMI

Udział procentowy wydatków operacyjnych z tytułu produktów lub usług związanych z działalnością gospodarczą zgodną z systematyką – ujawnienie dotyczy roku 2023

Rok obrotowy 2023	2023		Kryteria dotyczące istotnego wkładu						Kryteria dotyczące zasady DNSH („nie czyni poważnych szkód”)								Udział działalności zgodnej z systematyką (A.1.) lub kwalifikującej się do systematyki (A.2.) Obrót, rok 2022 (18)	Kategoria działalności wspomagająca (19)	Kategoria Działalność na rzecz przejścia (20)
	Kod lub kody (2)	Wydatki operacyjne (3)	Odsetek wydatków operacyjnych, rok 2023 (4)	Łagodzenie zmian klimatu (5)	Adaptacja do zmian klimatu (6)	Zasoby wodne i morskie (7)	Zanieczyszczenie (8)	Gospodarka o obiegu zamkniętym (9)	Bioróżnorodność (10)	Łagodzenie zmian klimatu (11)	Adaptacja do zmian klimatu (12)	Zasoby wodne i morskie (13)	Zanieczyszczenie (14)	Gospodarka o obiegu zamkniętym (15)	Bioróżnorodność (16)	Minimalne gwarancje (17)			
Działalność gospodarcza (1)		PLN'000	%	Y;N;N/EL;	Y;N;N/EL	Y;N;N/EL	Y;N;N/EL	Y;N;N/EL	Y;N;N/EL	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	Y/N	%	E	Y
A. DZIAŁALNOŚĆ KWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI																			
A.1. Rodzaje działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodnej z systematyką)																			
Wydatki operacyjne z tytułu działalności zrównoważonej środowiskowo (zgodnej z systematyką) (A.1)		0	0,00%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0,00%	—	—
W tym wspomagająca		0	0,00%	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0,00%	E	—
W tym na rzecz przejścia		0	0,00%	N/EL	—	—	—	—	—	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0,00%	—	Y
A.2 Działalność kwalifikująca się do systematyki, ale niezrównoważona środowiskowo (działalność niezgodna z systematyką)																			
6.5. Transport motocyklami, samochodami osobowymi i lekkimi pojazdami użytkowymi	CCM 6,5	4 071	5,39%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	—	—	—	—	—	—	—	0,00%	—	—
8.1. Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność	CCM 8,1	7 860	10,41%	EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	N/EL	—	—	—	—	—	—	—	3,60%	—	—
Wydatki operacyjne z tytułu działalności kwalifikującej się do systematyki, ale niezrównoważonej środowiskowo (działalności niezgodnej z systematyką) (A.2)		11 931	15,80%	15,80%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	—	—	—	—	—	—	—	3,60%	—	—
A. Wydatki operacyjne z tytułu działalności kwalifikującej się do systematyki (A.1+A.2)		11 931	15,80%	15,80%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	—	—	—	—	—	—	—	3,60%	—	—
B. DZIAŁALNOŚĆ NIEKWALIFIKUJĄCA SIĘ DO SYSTEMATYKI																			
Wydatki operacyjne z tytułu działalności niekwalifikującej się do systematyki		63 561	84,20%																
RAZEM		75 492	100,00%																

KONTEKST

Na podstawie analizy wszystkich rodzajów działalności opisanych w załącznikach do odpowiednich Rozporządzeń delegowanych Komisji, wydatki operacyjne Grupy kwalifikujące się 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”.

Wydatki operacyjne kwalifikujące się do systematyki Taksonomii UE dotyczą głównie napraw i konserwacji sprzętu informatycznego (związanych z bieżącą eksploatacją) oraz napraw i konserwacji pojazdów zarządzanych we flocie Grupy.

Działalności zostały ocenione pod kątem technicznych kryteriów kwalifikacji związanych z istotnym wkładem w łagodzenie zmian klimatu oraz „niewyrażaniem 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)). Tym samym działalności te są sklasyfikowane jako kwalifikujące się do systematyki Taksonomii UE, ale niezgodne z systematyką Taksonomii UE. Niemniej jednak, Grupa zbadała zgodność tej działalności z minimalnymi gwarancjami społecznymi – nie zidentyfikowano żadnych oznak niezgodności.

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 bezpośrednie, 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 utrzymaniem 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 wydatków operacyjnych 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 wydatków operacyjnych zgodnie z Taksonomią była możliwa dzięki zaawansowanym narzędziom kontrolingowym Grupy, które pozwalają na wieloaspektową analizę wyników finansowych.

KLUCZOWE WSKAŹNIKI WYNIKÓW DOT. DZIAŁALNOŚCI ZWIĄZANYCH Z ENERGIĄ JĄDROWĄ I GAZEM ZIEMNYM

Grupa ujawnia w poniższej tabeli informacje, czy działalność Grupy jest związana z energią jądrową lub z gazem ziemnym:

Wiersz

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 gazem ziemnym		
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 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 gazem ziemnym nie dotyczy Grupy.

Oznacza to, że wartości prezentowane we wspomnianych wyżej tabelach mogą przyjmować jedynie wartości równe zero dla Grupy – w tym kontekście prezentacja odrębnych tabel wpłynęłaby w ocenie Grupy negatywnie na przejrzystość niniejszego dokumentu.

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 kontrolingowego Grupy wspierającego rachunkowość zarządczą Grupy. System ten składa się z zespołu wyodrębnionych, finansowych jednostek organizacyjnych, których dane finansowe (obróty, nakłady inwestycyjne i wydatki operacyjne) wykazywane są w planie kont i pozycjach pomocniczych zgodnie z przyjętymi zasadami rachunkowości.

3.7. All 4 prosperity

GRI 3-3, Ujawnienie własne 2

3.7.1. SPRZEDAWCY

- 149,8 tys. sprzedawców na platformach Grupy Allegro
- 49,2 tys. sprzedawców z ofertami eksportowymi na platformach w Grupie Allegro
- +52% wzrost liczby nowych zarejestrowanych sprzedawców na allegro.pl w ujęciu rok do roku
- 503 miliony aktywnych ofert na allegro.pl
- +71% wzrost liczby ofert na allegro.pl w ujęciu rok do roku (503 mln)
- 56 700 unikalnych użytkowników korzysta z platformy e-learningowej Akademia Allegro

Podstawą działalności Allegro jest rozwój platformy sprzedaży dla sprzedawców i marek, w której mogą oni rozwijać swoją działalność na rynku lokalnym i ogólnoeuropejskim. Firma dąży do tego, aby stanowić preferowane rozwiązanie typu marketplace, nie tylko poprzez oferowanie platformy, ale także poprzez zapewnienie jak najlepszego doświadczenia sprzedawcy. Rozwiązania firmy zostały zaprojektowane z myślą o wszystkich: zarówno podmiotach

z dużym doświadczeniem na platformie, jak i nowicjuszach pragnących rozpocząć sprzedaż. Zakres funkcjonalności został tak opracowany, aby ułatwić efektywne zarządzanie sprzedażą, pomagając każdemu sprzedawcy w poznawaniu i wykorzystywaniu oferowanych narzędzi. W ten sposób otrzymują oni wsparcie w zarządzaniu swoimi ofertami i rozwijaniu biznesu z Allegro. Dzięki dostosowaniu programów do konkretnych segmentów, Allegro uwzględnia cykl życia i aktywność każdego sprzedawcy w poszczególnych kategoriach na platformie. To indywidualne podejście ma fundamentalne znaczenie dla misji wzmocnienia pozycji sprzedawców. Celem firmy jest zapewnienie im rentownego wzrostu przy jednoczesnym zapewnieniu wygody na każdym kroku procesu sprzedaży. Poprzez skupienie się na tych kluczowych aspektach, Allegro dąży do wzmocnienia pozycji sprzedawców, uproszczenia procesu sprzedaży i zapewnienia, aby wzrost na Allegro był nie tylko możliwy, ale także opłacalny i dostępny dla wszystkich jego partnerów. W związku z ekspansją międzynarodową i wejściem na nowy rynek, firma dba o rozwój biznesu sprzedawców poprzez umożliwienie im eksportu towarów poza rynek krajowy i wspieranie ich w tych działaniach.

Sprzedawcy (w tys.)	Grupa			Działalność w Polsce			
	2023	2022 ¹	r/r zmiana	2023	2022	r/r zmiana	2021
Sprzedawcy z ofertami razem	149,8	133,4	12%	147,6	133,4	10,6%	132,5
Sprzedawcy z ofertami eksportowymi	49,2	N/A	N/A	27	N/A	N/A	N/A

Niniejszy dokument nie stanowi wiążącej wersji rocznego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu. Oficjalna wersja Sprawozdania Rocznej Grupy Allegro.eu, zawierająca roczne Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe i uzupełniające je sprawozdanie rewidenta, zawarta jest w pakiecie sprawozdawczym, który można znaleźć na stronie internetowej Allegro.eu. W przypadku rozbieżności między niniejszą wersją a pakietem sprawozdawczym wiążący jest pakiet sprawozdawczy.

Allegro dąży do uproszczenia procesu sprzedaży dla sprzedawców, umożliwiając im jeszcze większe skupienie się na zapewnieniu doskonałej obsługi klienta. Kompleksowe wsparcie end-to-end (E2E) obejmuje różne aspekty procesu sprzedaży, dzięki czemu proces ten jest prosty i wygodny dla wszystkich sprzedawców.

Firma dokłada wszelkich starań, aby wspierać sprzedawców na każdym etapie ich rozwoju i w niemal każdym aspekcie ich działalności. Dzięki usługom i partnerstwu z innymi firmami Allegro zapewnia kompleksową gamę narzędzi i zasobów stworzonych w celu wzmocnienia pozycji sprzedawców i ułatwienia im osiągnięcia sukcesu.

Pakiet powitalny skierowany jest do wszystkich sprzedawców, którzy po raz pierwszy zarejestrowali Konto Biznesowe na Allegro i obejmuje do 100% zniżki na prowizję od sprzedaży przez pierwsze 90 dni prowadzenia nowego biznesu. Oferuje on do 10 000 PLN odnawialnych środków na zakupy związane z prowadzoną działalnością, bezpłatny dostęp do Abonamentu Profesjonalnego oraz pakiet darmowych opcji wizerunkowych zwiększających widoczność ofert.

Allegro zwiększa również obroty sprzedawców dzięki jednemu z największych programów lojalnościowych **Allegro Smart**, który poprawia lojalność i satysfakcję klientów. Program ten oferuje również konkretne korzyści dla sprzedawców, ponieważ pomaga im przyciągać nowych klientów i efektywniej zarządzać swoim czasem. Dzięki uczestnictwu w programie Allegro Smart sprzedawcy zyskują szereg korzyści:

- Wyższa sprzedaż – Allegro Smart! pomaga sprzedawcom zwiększyć sprzedaż.
- Większa widoczność – oferty z oznaczeniem Smart! zyskują większą widoczność, ponieważ kupujący filtrują swoje wyniki wyszukiwania, aby dotrzeć właśnie do takich ofert.
- Zwiększone zaufanie klientów – oznaczenie Smart! służy jako znak wiarygodności dla kupujących, ponieważ wskazuje, że dany sprzedawca na Allegro jest rzetelny i godny zaufania.

Kupujący na Allegro preferują oferty Smart!, ponieważ mogą przenieść koszt dostawy na zakup większej liczby produktów od jednego sprzedawcy. Co więcej, oferty z odznaką Smart! są automatycznie wyróżniane ze względu na ich większą widoczność. I wreszcie, znaczek Smart! reprezentuje godnego zaufania i rzetelnego sprzedawcę, do którego klienci mają większe zaufanie.

Allegro nie tylko wspiera sprzedaż, ale także może pomagać w prowadzeniu biznesu w zakresie realizacji dostaw. Jedną z kluczowych ofert Allegro jest usługa **Allegro Fulfilment**, czyli kompleksowe rozwiązanie logistyczne dla sprzedawców, które obejmuje przechowywanie, pakowanie i dostarczanie zamówień, a także obsługę klienta w całym procesie dostawy. Celem tej usługi jest skrócenie czasu dostawy, umożliwienie konsolidacji koszyków od wszystkich sprzedawców korzystających z usługi One Fulfilment by Allegro, zapewnienie wysokiego poziomu obsługi klienta oraz zmniejszenie wpływu na środowisko dzięki wykorzystaniu ekologicznych materiałów opakowaniowych. Inwestycja Allegro w nowe centrum logistyczne stanowi dodatkowe wsparcie dla tej inicjatywy, oferując zaawansowane systemy zarządzania i zautomatyzowane rozwiązania zwiększające wydajność i jakość obsługi zamówień.

Dodatkowo, Allegro wprowadziło program **Allegro Merchant Finance**, oferujący odnawialny limit kredytowy do 150 000 PLN dla firm. Inicjatywa ta oferuje firmom wygodny sposób finansowania nowych inwestycji i zarządzania bieżącymi wydatkami, szczególnie przydatny dla tych, którzy planują dynamiczny rozwój lub potrzebują dodatkowych środków na inne cele związane z działalnością. Program pomaga w zarządzaniu środkami ulokowanymi w zapasach, umożliwiając firmom dostęp do kapitału w taki sposób, jakby ich produkty były już sprzedane. Do najważniejszych atutów programu należą szybkie decyzje dotyczące finansowania, dostępne limity odnawialne oraz zintegrowany panel zarządzania zarówno wykorzystaniem finansowania, jak i jego spłatą, z możliwością potencjalnego zwiększenia limitu dzięki regularnym spłatom. Od momentu wdrożenia produktu łączna kwota wykorzystana przez sprzedawców na Allegro w ramach Allegro Merchant Finance wyniosła 150 mln PLN. Od momentu uruchomienia w lutym mechanizmu odliczania prowizji, Allegro Merchant Finance jest alternatywnym rozwiązaniem dostępnym dla sprzedawców w Polsce.

Allegro Analytics to kompleksowe narzędzie zaprojektowane w celu zapewnienia sprzedawcom kontroli nad ich sprzedażą na Allegro. Oferuje dostęp do bieżących statystyk sprzedaży, umożliwiając sprzedawcom dopasowywanie swojego asortymentu, optymalizację cen i poprawę ogólnych wyników sprzedaży. Narzędzie to oferuje funkcje regulacji stanów magazynowych na podstawie szczegółowych analiz, ustalania cen na podstawie porównań rynkowych, monitorowania sprzedaży w celu dostosowywania strategii oraz obserwacji konkurencji i szybkiego reagowania na zmiany zachodzące na rynku. Allegro Analytics pomaga w podejmowaniu świadomych decyzji, oferując informacje o trendach asortymentowych, optymalizacji cen, śledzeniu sprzedaży i porównaniach z konkurencją.

Allegro wspiera sprzedawców w ich działaniach związanych z **ekspansją międzynarodową**. Oferując zestaw narzędzi i usług, Allegro sprawia, że proces sprzedaży jest nie tylko uproszczony, ale także bardziej opłacalny i wygodny, co pozwala sprzedawcom rozwijać się w dynamicznym świecie handlu elektronicznego zarówno na rynku lokalnym, jak i w całej Europie. Dzięki zaawansowanemu interfejsowi sprzedawcy z automatycznymi tłumaczeniami i konwerterem cen, Allegro zapewnia sprzedawcom możliwość sprawnego działania w różnych krajach, a także oferuje opłacalne i wydajne rozwiązania logistyczne.

Obejmują one pomoc w kluczowych obszarach, takich jak tłumaczenia, ustalanie cen w lokalnej walucie, zarządzanie dostawami za granicę i przestrzeganie lokalnych wymogów prawnych na różnych rynkach. Głównym celem tej strategii jest dotarcie do szerszej bazy klientów, dzięki czemu sprzedawcy mogą dotrzeć do około 40 milionów nowych klientów, zwiększając tym samym swoje możliwości rozwoju w skali międzynarodowej. Co równie ważne, Allegro zapewnia nieocenione wsparcie w zakresie zapewnienia zgodności z przepisami, ułatwiając sprzedawcom poruszanie się w skomplikowanych realiach handlu międzynarodowego.

Allegro kładzie również duży nacisk na edukację sprzedawców, aby wspierać ich rozwój w Internecie. **Akademia Allegro** oferuje szeroką gamę bezpłatnych kursów online, webinarów i podcastów, skierowanych głównie do sprzedawców. Zasoby te mają na celu pomóc użytkownikom lepiej zrozumieć branżę e-commerce i w pełni wykorzystać potencjał platformy Allegro, poruszając szeroki zakres tematów, od analityki internetowej, przez zrównoważone opakowania, po profesjonalną komunikację w biznesie. Akademia Allegro to jedna z największych platform edukacyjnych dla dorosłych. W 2023 r. w co najmniej jednej części kursu wzięło udział 56 700 unikalnych użytkowników (zdefiniowanych na podstawie identyfikatora podatkowego), a 18 000 z nich ukończyło kurs.

	Działalność w Polsce			
	2023 (tylko sprzedawcy)	2022 (tylko sprzedawcy)	r/r zmiana	2021 (sprzedawcy + kupujący)
Allegro Academy				
Liczba kursów Akademii Allegro	139	97	+43%	72
Kursy w języku angielskim	36	35	+2,8%	18
Liczba poradników dla sprzedawców i kupujących	169	150	+12,6%	95
Poradniki w języku angielskim	38	34	+11,8%	40
Liczba unikalnych użytkowników (według identyfikatora podatkowego)	56 700	N/A	N/A	N/A
Liczba uczestników webinarów	65 700	40 879	+60,7%	51,962
Liczba odsłon	451 000	83 000	+443%	N/A

I wreszcie, platformy takie jak **Allegro Gadane** oferują unikalną przestrzeń komunikacyjną dla kupujących i sprzedających, zapewniając ciągłe wsparcie i zaangażowanie społeczności. Platforma

ta zachęca również użytkowników do wzajemnego wsparcia, umożliwiając im wymianę doświadczeń i porad, co dodatkowo wzmacnia społeczność dzięki wspólnemu zdobywaniu wiedzy i wzajemnej pomocy.

3.7.2. CYFRYZACJA

GRI 3-3, Ujawnienie własne 3

- 2 243 pracowników w Zespole Technologicznym
- 144 wydarzenia, podczas których pracownicy Allegro dzielili się swoją wiedzą wewnątrz i na zewnątrz organizacji
- 337 pracowników Allegro wzięło udział w różnych wydarzeniach technologicznych jako prelegenci
- Największy zbiór danych e-commerce w regionie

Allegro jest miejscem, które skupia najlepszych ekspertów, tworząc niepowtarzalną w skali Europy przestrzeń, w której powstają nowe technologie z zakresu sztucznej inteligencji czy uczenia maszynowego. Cyfryzacja jest istotą działalności Allegro, kształtuje sposób jego działania i rozwoju. Jako lider w zakresie innowacji cyfrowych, firma nie tylko rozwija swoją platformę, ale także znacząco przyczynia się do cyfrowego rozwoju całej polskiej gospodarki. Dla klientów cyfryzacja oznacza płynne i efektywne zakupy. Platforma nieustannie ewoluuje, dzięki czemu każda interakcja online jest intuicyjna i szybka, spełniając tym samym oczekiwania współczesnego kupującego w zakresie wygody i prostoty, co wiąże się ściśle z kwestią dostępności. Dla sprzedawców kompetencje cyfrowe są przepustką do rentownego wzrostu. Dzięki digitalizacji zyskują oni rozbudowane narzędzia analityczne i marketingowe, umożliwiające im dotarcie do szerszych rynków i skuteczną komunikację z klientami. Pracownicy Allegro doskonale

rozwijają się w środowisku, w którym narzędzia cyfrowe usprawniają realizację zadań i promują kulturę innowacyjności. Przejście na efektywność cyfrową pozwala im skupić się na opracowywaniu kreatywnych rozwiązań, co zwiększa ich produktywność i satysfakcję z pracy.

Jako lider w branży e-commerce, Allegro jest pionierem cyfrowej rewolucji, opartej na zaangażowaniu w cyfryzację i wykorzystaniu potencjału sztucznej inteligencji (AI) oraz uczenia maszynowego (ML). Podejście firmy jest wieloaspektowe i obejmuje innowacyjność, współpracę i edukację w celu wyznaczania nowych standardów branżowych. Zespół technologiczny, składający się z ponad 2 200 specjalistów i ekspertów, stanowi serce działań związanych z transformacją cyfrową. Eksperti ci pracują nad przełomowymi projektami mającymi na celu poprawę doświadczeń związanych z zakupami online, zwiększając ich bezpieczeństwo i intuicyjność. Ich praca polega nie tylko na doskonaleniu istniejących procesów, ale także na wprowadzaniu innowacyjnych rozwiązań na rynku.

Machine Learning Research to laboratorium badawczo-rozwojowe Allegro stworzone do prac nad najnowocześniejszymi metodami uczenia maszynowego, dzięki którym Allegro może rozwijać się i wprowadzać innowacje w zakresie sztucznej inteligencji. Poza wdrażaniem sztucznej inteligencji do środowiska produkcyjnego, celem laboratorium jest pogłębianie wiedzy na temat uczenia maszynowego poprzez otwartą współpracę ze społecznością naukową.

Obszar	Innowacje
Platforma danych (Data Platform)	W 2023 r. Allegro wyruszyło w podróż ku transformacji, dokonując modernizacji swojej platformy danych poprzez migrację ze środowiska lokalnego do dynamicznego środowiska Google Cloud. To odważne posunięcie nie tylko zwiększyło wydajność operacyjną, ale także uutorowało drogę do otwarcia na bogactwo nowych możliwości w zakresie danych i sztucznej inteligencji w całym krajobrazie biznesowym,
Tłumaczenie maszynowe (Machine translation)	Zespół opracowuje własny silnik tłumaczenia maszynowego specjalnie do celów e-commerce, dążąc do zaoferowania użytkownikom większej wartości niż gotowe rozwiązania. Koncentruje się on na precyzyjnym tłumaczeniu terminów branżowych i żargonu, oferując jednocześnie skalowalne i atrakcyjne cenowo rozwiązanie. Wykorzystuje najnowocześniejsze metody uczenia maszynowego, z udziałem osób dokonujących oceny i automatycznych modeli szacowania jakości, aby stale podnosić jakość tłumaczeń. Celem tych działań jest udostępnienie platformy Allegro osobom nieposługującym się językiem polskim na całym świecie i przyczynienie się do rozwoju środowiska tłumaczy maszynowych,
Tworzenie modeli językowych (Language Modelling)	Celem jest wykorzystanie najnowocześniejszych modeli deep learning i szeregu algorytmów NLP do rozwiązywania różnorodnych problemów, które wymagają semantycznego zrozumienia specjalistycznego języka używanego w unikalnym środowisku platformy e-commerce. Wykorzystuje i rozwija duże modele językowe (LLM), aby dostarczyć firmie ogólne Modele Fundamentalne, które mogą być dostosowane do konkretnych zadań,

Obszar	Innowacje
Uczenie się rankingu (Learning to Rank)	The team's goal is to develop machine learning models for searches. The main focus is put on ranking solutions in all phases of the search pipeline, serving millions of searches a day. Currently its main area of expertise is neural text-based search and relevance. It is also interested in topics such as reranking and features interaction architectures and personalization. Celem działania zespołu jest opracowanie modeli uczenia maszynowego dla wyszukiwań. Główny nacisk kładziony jest na rozwiązania w zakresie rankingów na wszystkich etapach procesu wyszukiwania, obsługując miliony wyszukiwań dziennie. Obecnie głównym obszarem specjalizacji zespołu jest neuronowe wyszukiwanie tekstowe i trafność. Zespół jest również zainteresowany takimi tematami, jak zmiany rankingów i architektury interakcji funkcji oraz personalizacja,
Rozpoznawanie obrazów (Computer Vision)	Głównym celem MLR Computer Vision jest podniesienie komfortu użytkownika poprzez wykorzystanie algorytmów przetwarzania obrazu opartych na uczeniu maszynowym. Zespół skoncentrował się w szczególności na uczeniu się reprezentacji obrazu dla wyszukiwania wizualnego i opracowywaniu skutecznych modeli klasyfikacji obrazów. Obecnie jego prace badawcze koncentrują się na integracji wielu modalności z modelami Allegro. Dzięki tej integracji modele firmy mogą przetwarzać nie tylko obrazy, ale także wykorzystywać różnorodne źródła informacji, takie jak tytuły produktów, opisy i atrybuty,
Rekomendacje (Recommendations)	Celem zespołu jest zaspokajanie potrzeb użytkowników poprzez dostarczanie im produktów dostosowanych do ich zainteresowań. Stara się on inspirować użytkowników i kierować do nich odpowiednie oferty, wykorzystując systemy rekomendacji. Aby to osiągnąć, zespół bazuje na zbiorowych zachowaniach użytkowników, które stanowią podstawę algorytmów stosowanych przez firmę. Główne wyzwania stojące przed zespołem dotyczą opracowania innowacyjnych algorytmów, które mogą generować wysokiej jakości rekomendacje, jednocześnie skutecznie obsługując duży codzienny ruch na Allegro,
ML Ops	Celem jest optymalizacja, skalowanie i wdrażanie zaawansowanych modeli uczenia maszynowego. Łączy sztuczną inteligencję, inżynierię oprogramowania i doświadczenie DevOps, aby w pełni wykorzystać potencjał inżynierów badawczych i naukowców zajmujących się danymi pochodzącymi z innych zespołów. Zespół organizuje cały cykl życia uczenia maszynowego, od wstępnego przetwarzania danych i adnotacji po wdrażanie modeli, korzystając z najnowocześniejszej infrastruktury Google Cloud i Kubernetes. Zespół działa na ogromną skalę, przetwarzając kilka terabajtów danych dziennie i wykonując tysiące prognoz na sekundę,

Rezultatem tych działań jest nie tylko wdrażanie innowacji przez Allegro, ale także szerokie rozpowszechnianie wiedzy wśród ekspertów w dziedzinie nowych technologii. Pracownicy firmy aktywnie uczestniczą w różnych wydarzeniach technologicznych i konferencjach, na których dzielą się swoimi doświadczeniami związanymi z cyfryzacją Allegro i rozwojem sztucznej inteligencji. W 2023 r. około 400 pracowników Allegro wzięło udział w ponad 150 różnych wydarzeniach, podczas których prezentowali swoją wiedzę. Korzystając z tych platform, a także blogów firmowych i spotkań, firma dzieli się wiedzą i wnioskami, co czyni ją liderem w branży handlu cyfrowego.

Firma koncentruje się na budowaniu w swojej siedzibie w Polsce zespołu o unikalnych kompetencjach cyfrowych, zwłaszcza w zakresie sztucznej inteligencji i uczenia maszynowego. Współpraca z uniwersytetami i firmami technologicznymi ma na celu promowanie wykwalifikowanej cyfrowej siły roboczej, co przyczynia się do rozwoju polskiej gospodarki i ugruntowania silnej pozycji w europejskim krajobrazie technologicznym. Ponadto zaangażowanie firmy w cyfryzację rozciąga się na inspirowanie utalentowanych młodych pracowników. Różnego rodzaju inicjatywy, w tym Szkoła Pionierów

PFR i partnerstwa z instytucjami edukacji technologicznej, takimi jak Centralny Dom Technologiczny, odzwierciedlają zaangażowanie Allegro we wzmacnianie pozycji następnego pokolenia dzięki umiejętnościom cyfrowym i kształtowaniu przyszłych liderów w dziedzinie cyfryzacji i innowatorów. Allegro oferuje również wsparcie dla kobiet w rozwijaniu ich przedsiębiorczości w Internecie. TOP Women in e-business to bezpłatny program wspierający kobiety zainteresowane narzędziami cyfrowymi i handlem elektronicznym, którego partnerem od 2021 r. jest Allegro. Program oferuje kobietom, w tym powracającym z urlopu macierzyńskiego lub chcącym rozwijać swoje przedsięwzięcia w zakresie e-biznesu, możliwość zmiany kwalifikacji, rozpoczęcia działalności gospodarczej i poszerzenia swoich umiejętności. Allegro wprowadziło również program „Women in Tech” dedykowany liderkom technologicznym, który ma na celu rozwijanie doskonałości przywódczej kobiet oraz uwolnienie i wzmocnienie ich potencjału, co przekłada się na większą liczbę utalentowanych pracowników pozyskanych do realizacji nowych zadań o strategicznym znaczeniu. W Allegro udział kobiet w dziale Technologia w 2022 r. wyniósł 26,47%, a liderki 15,15%. W 2023 r. wzrósł o 0,23 p.p. do 26,7%, a w przypadku liderki o 1,85 p.p. do 17,00%.

Rozwiązania cyfrowe Allegro są wykorzystywane w sposób bezpośredni do poprawy doświadczeń zakupowych klientów firmy. Sztuczna inteligencja została zaimplementowana w wyszukiwarce wykorzystywanej w większości wyszukiwań, dzięki czemu narzędzie działa na ogromną skalę kilkudziesięciu milionów wyszukiwań dziennie. W przypadku wyszukiwań tekstowych firma wykorzystuje technologię deep learning do przetwarzania zapytań tekstowych i korzystania z mechanizmów rankingowania wyników, zwiększając tym samym o ponad 4% wskaźnik GMV (wartość sprzedaży brutto) generowany za pośrednictwem wyszukiwarki. Allegro posiada również mechanizm wyszukiwania obrazów w swojej aplikacji mobilnej – system prezentuje na Allegro produkty, które są podobne do przesłanych zdjęć – wykorzystując zaawansowane algorytmy ML do analizy obrazu. Trwają prace nad wykorzystaniem technik deep learning i generatywnej sztucznej inteligencji do budowy wyszukiwarki semantycznej. W ramach działań związanych z cyfryzacją Allegro wdrożyło generatywną sztuczną inteligencję, aby zwiększyć dokładność i szczegółowość opisów produktów oferowanych na platformie. Dzięki odpowiednim opisom dostępnym w katalogu, sprzedawcy będą mogli szybciej wystawiać swoje oferty, a kupujący podejmować świadome decyzje zakupowe.

Modele uczenia maszynowego umożliwiają zwiększenie lojalności dzięki przewidywaniu kolejnych zakupów w ponad 300 kategoriach dóbr konsumpcyjnych. Spersonalizowane przypomnienia e-mail i push zwiększają zaangażowanie klientów Allegro, generując ponad 80 mln PLN rocznego przyrostu GMV. Rozwiązanie to zostało również wdrożone na stronie głównej Allegro oraz w dedykowanej mini aplikacji mobilnej, w której klienci mogą przeglądać sugestie dotyczące ponownych zakupów.

Nowe rozwiązania technologiczne są również przydatne dla sprzedawców, ponieważ zastosowanie modelu uczenia maszynowego zwiększyło odsetek zamówień z prawidłowo przewidywaną szybką dostawą. Mechanizm predykcji pozwolił na zwiększenie o +3pp liczby zamówień z obietnicą dostawy następnego dnia w porównaniu do poprzednich rozwiązań, przy zachowaniu ponad 90% dokładności. W połączeniu z udowodnionym wpływem wiarygodnej obietnicy szybkiej dostawy na konwersję i GMV, pozwoliło to na wygenerowanie dodatkowego GMV w wysokości do 100 mln PLN.

Zapewnienie dostępności na platformie e-commerce pozostaje głównym priorytetem Allegro, ponieważ firma dąży do stworzenia inkluzywnego środowiska cyfrowego dla wszystkich użytkowników. Zgodnie z zobowiązaniem do realizacji strategii Allegro „Sustainable All Together”, firma chce wdrożyć szereg działań mających na celu zwiększenie dostępności. Obejmuje to stosowanie praktyk projektowania stron internetowych, które są zgodne ze standardami dostępności, takimi jak WCAG (Web Content Accessibility Guidelines), aby zagwarantować użyteczność platformy dla osób o różnych umiejętnościach i niepełnosprawnościach. Ponadto regularnie przeprowadzane są audyty dostępności i sesje testowe dla użytkowników, których celem jest identyfikacja i usuwanie wszelkich potencjalnych barier w dostępie. Poprzez te wysiłki firma stara się wspierać włączające środowisko online, umożliwiając wszystkim użytkownikom płynne i sprawiedliwe korzystanie z platformy, niezależnie od ich umiejętności lub ograniczeń technicznych.

Indeks treści GRI	
Oświadczenie o zastosowaniu	Grupa Allegro złożyła raport zgodnie ze Standardami GRI za okres 01,01,2023 – 31,12,2023
Zastosowane GRI 1	GRI 1: Podstawy 2021

STANDARD GRI/ INNE ŹRÓDŁO	UJAWNIENIE	LOKALIZACJA
Ujawnienia profilowe		
GRI 2: Ujawnienia profilowe 2021	2-1 Dane na temat organizacji	
	2-2 Podmioty objęte raportowaniem zrównoważonego rozwoju w organizacji	Part V. Podejście do kwestii środowiskowych, społecznych i zarządczych
	2-3 Okres objęty raportem, częstotliwość raportowania i dane kontaktowe	Part V. Podejście do kwestii środowiskowych, społecznych i zarządczych
	2-4 Korekty informacji	
	2-5 Weryfikacja zewnętrzna	
	2-6 Rodzaje działalności, łańcuch wartości i inne relacje biznesowe	5.2. Łańcuch wartości
	2-7 Pracownicy	5.5.1. Równe szanse
	2-8 Osoby świadczące pracę niebędące pracownikami	5.5.1. Równe szanse
	2-9 Struktura i skład organów zarządzających	5.4.1 Ład korporacyjny w zakresie ESG i klimatu
	2-10 Powoływanie i wybór najwyższych organów zarządzających	5.4.1 Ład korporacyjny w zakresie ESG i klimatu
	2-11 Przewodniczący najwyższych organów zarządzających	5.4.1 Ład korporacyjny w zakresie ESG i klimatu
	2-12 Rola najwyższych organów zarządzających w nadzorowaniu zarządzania wpływem	5.4.1 Ład korporacyjny w zakresie ESG i klimatu
	2-13 Delegowanie odpowiedzialności za zarządzanie wpływem	5.4.1 Ład korporacyjny w zakresie ESG i klimatu
	2-14 Rola najwyższych organów zarządzających w raportowaniu zrównoważonego rozwoju	5.4.1 Ład korporacyjny w zakresie ESG i klimatu
	2-15 Konflikty interesów	5.4.1 Ład korporacyjny w zakresie ESG i klimatu
	2-16 Komunikowanie kwestii krytycznych	5.4.1 Ład korporacyjny w zakresie ESG i klimatu
	2-17 Zbiorowa wiedza najwyższych organów zarządzających	
	2-18 Ocena działań najwyższych organów zarządzających	
	2-19 Polityki wynagrodzeń	
	2-20 Proces ustalania wynagrodzeń	
	2-21 Roczny wskaźnik całkowitego wynagrodzenia	
	2-22 Oświadczenie w sprawie strategii zrównoważonego rozwoju	

STANDARD GRI/ INNE ŹRÓDŁO	UJAWNIECIE	LOKALIZACJA
GRI 2: General Disclosures 2021	2-23 Zobowiązania w ramach polityk	5.4.2 Etyka i zgodność z przepisami
	2-24 Realizacja zobowiązań w ramach polityk	5.4.2 Etyka i zgodność z przepisami
	2-25 Procesy łagodzenia negatywnego wpływu	5.6.5. Taksonomia UE
	2-26 Mechanizmy zasięgnięcia porad i sygnalizowania potencjalnych nieprawidłowości	5.4.3 System zgłaszania nieprawidłowości
	2-27 Przestrzeganie przepisów ustawowych i wykonawczych	
	2-28 Członkostwo w organizacjach	5.2 Łańcuch wartości
	2-29 Podejście do angażowania interesariuszy	5.2 Łańcuch wartości
	2-30 Układy zbiorowe	5.5.2. Warunki pracy i dobrostan pracowników
Istotne tematy		
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-1 Proces określania istotnych zagadnień	
	3-2 Lista istotnych zagadnień	
Zapobieganie korupcji		
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	5.4.2 Etyka i zgodność z przepisami 5.4.3 System zgłaszania nieprawidłowości
GRI 205: Zapobieganie korupcji 2016	205-3 Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania	5.4.3 System zgłaszania nieprawidłowości
Podatki		
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	5.4.6 Strategia podatkowa
GRI 207: Podatki 2019	207-1 Podejście do kwestii podatkowych	5.4.6 Strategia podatkowa
Materiały		
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	5.6.1. Opakowania
Energia		
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	
GRI 302: Energia 2016	302-1 Zużycie energii w organizacji	
Emisje		
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	5.6.2. Zmiana klimatu

STANDARD GRI/ INNE ŹRÓDŁO	UJAWNIECIE	LOKALIZACJA
GRI 305: Emisje 2016	305-1 Bezpośrednie emisje gazów cieplarnianych (Zakres 1)	5.6.2. Zmiana klimatu
	305-2 Pośrednie energetyczne emisje gazów cieplarnianych (Zakres 2)	5.6.2. Zmiana klimatu
	305-4 Intensywność emisji gazów cieplarnianych	5.6.2. Zmiana klimatu
Odpady		
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	5.6.1. Opakowania
Ocena środowiskowa dostawców		
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	5.4.4. Kodeks Postępowania dla Dostawców
GRI 308: Ocena środowiskowa dostawców 2016	308-1 Nowi dostawcy, którzy zostali poddani ocenie pod kątem spełniania kryteriów środowiskowych	5.4.4. Kodeks Postępowania dla Dostawców
Bezpieczeństwo i higiena pracy		
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	5.5.2. Warunki pracy i dobrostan pracowników
GRI 403: Bezpieczeństwo i higiena pracy 2018	403-6 Programy promocji zdrowia dla pracowników	5.5.2. Warunki pracy i dobrostan pracowników
Szkolenia i edukacja		
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	5.5.1. Równe szanse
GRI 404: Szkolenia i edukacja 2016	404-1 Średnia liczba godzin szkoleniowych w roku przypadająca na pracownika	5.5.1. Równe szanse
	404-3 Odsetek pracowników otrzymujących regularne oceny wyników pracy i rozwoju zawodowego	5.5.1. Równe szanse
Różnorodność i równość szans		
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	5.5.1. Równe szanse
GRI 405: Różnorodność i równość szans 2016	405-1 Różnorodność organów zarządzających i pracowników	5.5.1. Równe szanse
Niedyskryminowanie		
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	
GRI 406: Niedyskryminowanie 2016	406-1 Przypadki dyskryminacji i podjęte działania naprawcze	

STANDARD GRI/ INNE ŹRÓDŁO	UJAWNIENIE	LOKALIZACJA
Ocena społeczna dostawcy		
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	5.4.4. Kodeks Postępowania dla Dostawców
GRI 414: Ocena społeczna dostawcy 2016	414-1 Nowi dostawcy, którzy zostali poddani ocenie pod kątem spełniania kryteriów społecznych	5.4.4. Kodeks Postępowania dla Dostawców
Prywatność klienta		
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	5.4.7. Cyberbezpieczeństwo. prywatność i ochrona danych
GRI 418: Prywatność klienta 2016	418-1 Uzasadnione skargi dotyczące naruszenia prywatności i utraty danych klientów	5.4.7. Cyberbezpieczeństwo. prywatność i ochrona danych
Dobrostan i zdrowie psychiczne		
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	5.5.2. Warunki pracy i dobrostan pracowników
	Ujawnienie własne 1 Opisy programów koncentrujących się na dobrostanie	5.5.2. Warunki pracy i dobrostan pracowników
Sprzedawcy		
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	5.7.1. Sprzedawcy
	Ujawnienie własne 2 Liczba sprzedawców	5.7.1. Sprzedawcy
Cyfryzacja		
GRI 3: Istotne zagadnienia 2021	3-3 Zarządzanie istotnymi zagadnieniami	5.7.2. Cyfryzacja
	Ujawnienie własne 3 Opis wprowadzonych rozwiązań cyfrowych opracowanych przy użyciu najnowszych technologii	5.7.2. Cyfryzacja





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 2023 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 rocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego

Nasza opinia

Naszym zdaniem załączone roczne 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 2023 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 lub jego odpowiednikiem.

Przedmiot naszego badania

Przeprowadziliśmy badanie rocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy, które zawiera:

- skonsolidowane sprawozdanie z sytuacji finansowej sporządzone na dzień 31 grudnia 2023 r.; oraz sporządzone za rok obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2023 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 i inne informacje objaśniające.

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.

*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*



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 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 2023 roku wyniosły 10.185 mln zł. Istnieje wiele strumieni przychodów, które zostały opisane w nocie 9.2. Przychody platformy handlowej wyniosły 6.328 mln i stanowiły 62,1% przychodów Grupy za rok zakończony 31 grudnia 2023 roku.</p> <p>W ramach działalności generującej przychody wpływ dostaw Smart! (program lojalnościowy) wykazuje koszt w wysokości 2.308 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. 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>	<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; Przetestowaliśmy 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, zastosowanie blokady sprzedaży dla sprzedawców z zaległymi płatnościami; Wykorzystaliśmy automatyczne badanie przychodów do szczegółowego badania transakcji sprzedaży na platformie handlowej, 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; Przetestowaliśmy 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); Oceniliśmy osądy kierownictwa związane z polityką rachunkowości programu Smart!; wzięliśmy również pod uwagę, czy nastąpiły zmiany stanu faktycznego i okoliczności w porównaniu z okresem, w którym polityka rachunkowości została opracowana; Oceniliśmy adekwatność i kompletność ujawnionych informacji.



<p><i>Realokacja aktywów pomiędzy segmentami operacyjnymi Mall i Allegro International oraz ocena utraty wartości przez wartość firmy oraz inne aktywa zaalokowane do segmentu operacyjnego Mall</i></p> <p>Zgodnie z opisem w nocy 29.2 skonsolidowanego sprawozdania finansowego, nowy segment operacyjny Allegro International został zidentyfikowany po rozpoczęciu działalności przez Allegro.cz i zmianie wewnętrznej struktury zarządczej organizacji. Wartość firmy oraz relacje z klientami zostały częściowo realokowane z ośrodków wypracowującego środki pieniężne (OWŚP) ujętych w segmencie operacyjnym Mall do OWŚP Allegro.cz oraz Allegro.sk.</p> <p>Dodatkowo Grupa przeprowadza test na utratę wartości przez wartość firmy w ujęciu rocznym lub częściej, jeśli istnieją okoliczności świadczące o tym że mogła nastąpić utrata wartości przez wartość firmy.</p> <p>Test na utratę wartości przez wartość firmy zaalokowaną do OWŚP Allegro.cz oraz Allegro.sk nie wykazał takiej utraty. Zostały natomiast zidentyfikowane przesłanki świadczące, że nastąpiła utrata wartości przez wartość firmy oraz inne aktywa zidentyfikowane na poziomie nowo zdefiniowanego segmentu operacyjnego Mall na dzień 31 grudnia 2023 r., prowadzące do rozpoznania odpisu z tytułu utraty wartości w kwocie 629 mln zł., opisanego w nocy 29.1 skonsolidowanego sprawozdania finansowego. Wartość odzyskiwalna została obliczona w oparciu o wartość godziwą pomniejszoną o koszty doprowadzenia do sprzedaży OWŚP do których alokowano wartość firmy w ramach segmentów operacyjnych Mall oraz Allegro International, metodą dochodową, przy uwzględnieniu spodziewanej transformacji modelu biznesowego oraz szacunków przyszłych przychodów, dochodowości, długoterminowej stopy wzrostu oraz stopy dyskontowej.</p>	<p>Nasze procedury audytowe dotyczące oceny utraty wartości przez wartość firmy oraz inne aktywa zaalokowane do segmentu operacyjnego Mall oraz realokacji aktywów do Allegro.cz i Allegro.sk obejmowały, między innymi:</p> <ul style="list-style-type: none">• Oceniliśmy opracowany przez kierownictwo proces identyfikacji aktywów podlegających realokacji pomiędzy segmentami operacyjnymi oraz związane z tym metody realokacji;• Oceniliśmy opracowany przez kierownictwo proces wypracowania założeń szacunków wartości godziwej pomniejszonych o koszty doprowadzenia do sprzedaży OWŚP ujętych w segmencie operacyjnym Mall;• Oceniliśmy poprawność zastosowania metody dochodowej do ustalenia wartości godziwej pomniejszonej o koszty doprowadzenia do sprzedaży;• Oceniliśmy zgodność realokacji aktywów pomiędzy OWŚP oraz testu na utratę wartości przez wartość firmy zaalokowaną do segmentu operacyjnego Mall z wymaganiami odpowiednich standardów sprawozdawczości finansowej;• Oceniliśmy znaczące założenia kierownictwa związane z projekcjami przychodów, dochodowości, długością okresu objętego szczegółową prognozą przepływów pieniężnych przygotowaną przez kierownictwo, długoterminowej stopy wzrostu oraz stopy dyskontowej w segmencie operacyjnym Mall. Oceniając zasadność znaczących założeń kierownictwa dotyczących przyszłych przychodów wzięliśmy pod uwagę i) obecne oraz przeszłe wyniki osiągnięte przez OWŚP w segmencie operacyjnym Mall, ii) spójność z zewnętrznymi danymi rynkowymi i branżowymi oraz iii) czy przyjęte założenia są spójne z pozostałą ewidencją rewizyjną. Wewnętrzni eksperci w zakresie wycen zostali zaangażowani przy wsparciu w ocenie metody dochodowej oraz założeń związanych z długoterminową stopą wzrostu oraz stopą dyskontową;• Oceniliśmy adekwatność i kompletność ujawnionych informacji.
--	--

<p>W naszej ocenie procedury związane z realokacją aktywów pomiędzy segmentami operacyjnymi Mall i Allegro International oraz oceną utraty wartości przez wartość firmy oraz inne aktywa zaalokowane do segmentu operacyjnego Mall są kluczową kwestią badania ze względu na znaczące osądy kierownictwa w obszarze: i) zdefiniowania podstawy realokacji aktywów z segmentu operacyjnego Mall do Allegro International; ii) wypracowania założeń szacunku wartości godziwej pomniejszonej o koszty doprowadzenia do sprzedaży, a także wielkości wpływu tych szacunków i osądów na skonsolidowane sprawozdanie finansowe.</p>	
--	--

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 błędów 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 ryzyko 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 błędów, ponieważ oszustwo może dotyczyć zmywu, 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 wniosek 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 został sporządzony zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa.

Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego zawarte jest w rozdziale 3.1 (Model biznesowy, działalność operacyjna i ład korporacyjny) oraz w rozdziale 3.2 (System zarządzania ryzykiem, czynniki ryzyka i kwestie regulacyjne) 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 spójne 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 maja 2023 r. Skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy badamy nieprzerwanie przez 7 lat.

Sprawdziliśmy, czy skonsolidowane sprawozdanie finansowe Spółki za rok 2023 zostało przygotowane zgodnie z wymaganiami statutowymi określonymi w Rozporządzeniu ESEF dla skonsolidowanych sprawozdań finansowych.

Dla Grupy dotyczy to wymagania, aby:

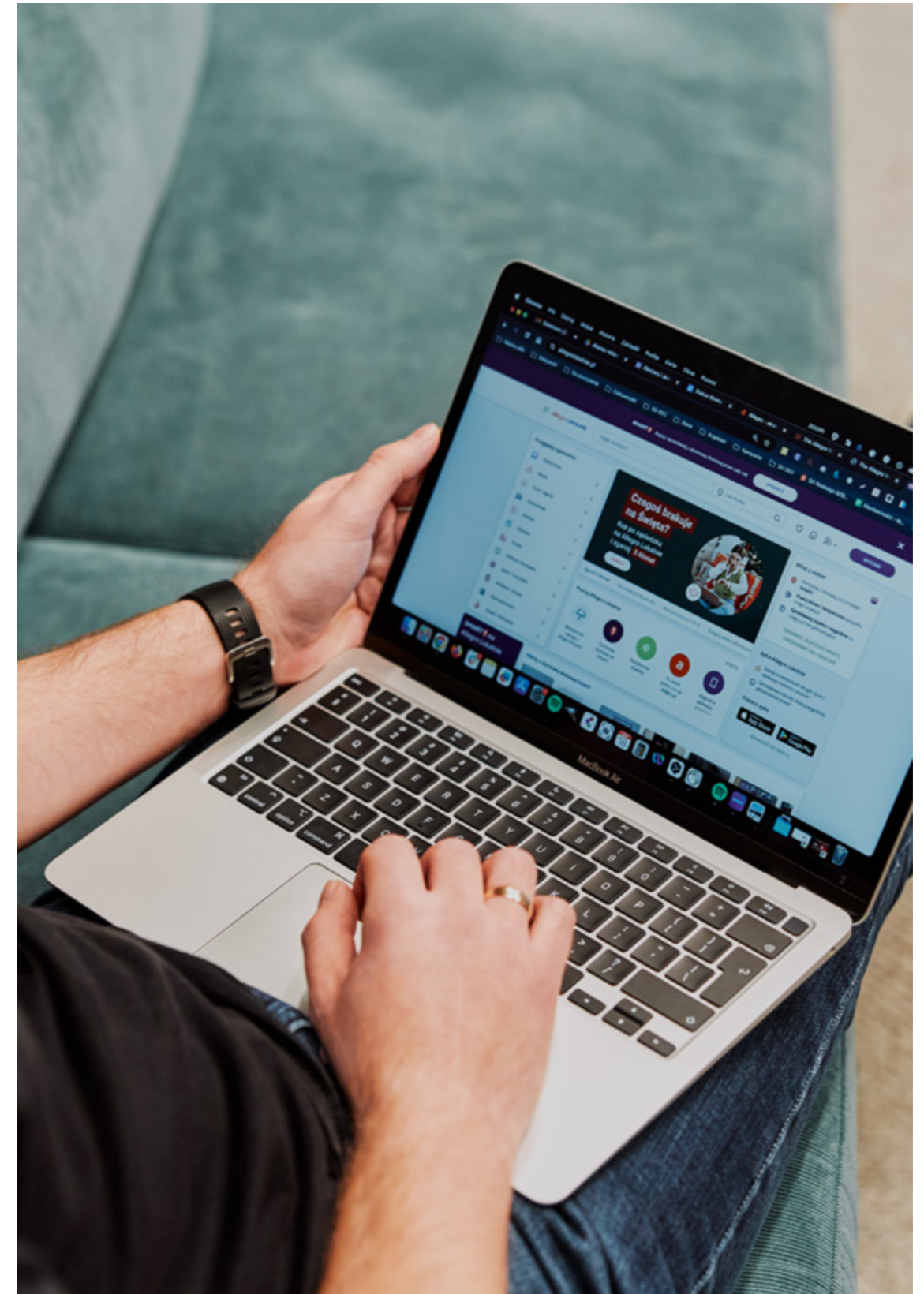
- skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało przygotowane w odpowiednim formacie XHTML;
- zastosowane znaczniki XBRL były zgodnie z taksonomią określoną w Rozporządzeniu ESEF.

Naszym zdaniem, załączone skonsolidowane sprawozdanie finansowe sporządzone za rok zakończony 31 grudnia 2023 r., zostało przygotowane, we wszystkich istotnych aspektach, zgodnie z wymaganiami określonymi w Rozporządzeniu ESEF.

PricewaterhouseCoopers, Société coopérative
Reprezentowana przez

Luksemburg, 13 marca 2024 r.

Malik Lekehal



3. Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe

Skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów

	Nota	01.01–31.12.2023	01.01–31.12.2022
Przychody	9	10 185 317	9 004 916
Pozostałe dochody operacyjne	18,1	65 243	—
Przychody ze sprzedaży i pozostałe dochody operacyjne razem		10 250 560	9 004 916
Koszty operacyjne		(7 836 463)	(7 004 380)
Koszty obsługi płatności		(159 578)	(154 830)
Wartość sprzedanych towarów i materiałów		(2 322 133)	(2 408 032)
Koszty dostaw netto	9,5	(2 307 571)	(1 773 365)
Koszty usług marketingowych		(1 231 724)	(971 118)
Koszty pracownicze netto		(1 169 484)	(1 015 789)
<i>Koszty pracownicze brutto</i>		<i>(1 427 702)</i>	<i>(1 222 509)</i>
<i>Skapitalizowane koszty prac rozwojowych</i>		<i>258 218</i>	<i>206 720</i>
Koszty usług IT		(201 906)	(173 750)
<i>Koszty usług IT brutto</i>		<i>(220 173)</i>	<i>(192 701)</i>
<i>Skapitalizowane koszty prac rozwojowych</i>		<i>18 267</i>	<i>18 951</i>
Pozostałe koszty netto		(396 336)	(437 316)
<i>Pozostałe koszty brutto</i>		<i>(493 453)</i>	<i>(554 594)</i>
<i>Skapitalizowane koszty prac rozwojowych</i>		<i>97 117</i>	<i>117 278</i>
Odpisy netto z tytułu utraty wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów z klientami	30,2	(47 731)	(66 969)
Koszty transakcyjne	8	—	(3 211)
Zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją oraz odpisami z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych		2 414 097	2 000 536
Amortyzacja oraz odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych		(1 623 976)	(3 182 663)
Amortyzacja wartości niematerialnych i prawnych		(730 037)	(631 999)
Amortyzacja środków trwałych		(244 077)	(239 993)
Odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych	29	(649 862)	(2 310 671)

	Nota	01.01–31.12.2023	01.01–31.12.2022
Zysk z działalności operacyjnej		790 121	(1 182 127)
Koszty finansowe netto	10	(289 952)	(457 327)
Przychody finansowe		74 251	33 257
Koszty finansowe		(364 203)	(490 584)
Zysk przed opodatkowaniem		500 169	(1 639 454)
Podatek dochodowy	11	(216 111)	(277 342)
Zysk netto		284 058	(1 916 796)
Inne całkowite dochody		(229 149)	185 262
– podlegające reklasyfikacji do wyniku finansowego		(232 791)	183 212
Zysk/(strata) na transakcjach zabezpieczających przepływy pieniężne		(29 041)	249 146
Transakcje zabezpieczające przepływy pieniężne – Reklasyfikacja z innych całkowitych dochodów do wyniku finansowego		(220 039)	(140 348)
Podatek odroczony dotyczący tych pozycji		58 718	(29 238)
Różnice kursowe z przeliczenia jednostek działających za granicą		(42 429)	103 652
– Pozycje niepodlegające reklasyfikacji do wyniku finansowego		3 642	2 050
Aktualizacja wyceny zobowiązań z tytułu świadczeń po okresie zatrudnienia		4 498	2 529
Podatek odroczony dotyczący tych pozycji		(856)	(479)
Razem całkowite dochody za okres obrotowy		54 909	(1 731 534)
	Nota	01.01–31.12.2023	01.01–31.12.2022
Zysk netto za okres obrotowy, przypadający na:		284 058	(1 916 796)
Akcjonariuszy Jednostki Dominującej		284 058	(1 916 796)
	Nota	01.01–31.12.2023	01.01–31.12.2022
Razem całkowite dochody za okres obrotowy, przypadające na:		54 909	(1 731 534)
Akcjonariuszy Jednostki Dominującej		54 909	(1 731 534)
	Nota	01.01–31.12.2023	01.01–31.12.2022
Zysk/(strata) na jedną akcję przypadający na posiadaczy akcji zwykłych spółki (w PLN)	12		
Podstawowy		0,27	(1,82)
Rozwodniony		0,27	(1,82)

Powyższe Skonsolidowane Sprawozdanie z całkowitych dochodów należy analizować łącznie z załączonymi notami objaśniającymi.

Niniejszy dokument nie stanowi wiążącej wersji rocznego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu. Oficjalna wersja Sprawozdania Roczno Grupy Allegro.eu, zawierająca roczne Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe i uzupełniające je sprawozdanie rewidenta, zawarta jest w pakiecie sprawozdawczym, który można znaleźć na stronie internetowej Allegro.eu. W przypadku rozbieżności między niniejszą wersją a pakietem sprawozdawczym wiążący jest pakiet sprawozdawczy.

Skonsolidowane sprawozdanie z sytuacji finansowej

AKTYWA

	Nota	31.12.2023	31.12.2022 dane przekształcone [1]
Aktywa trwałe			
Wartość firmy	13	8 816 140	8 865 149
Pozostałe wartości niematerialne i prawne	13	4 572 968	5 630 328
Rzeczowe aktywa trwałe	14	1 087 159	1 168 877
Aktywa finansowe będące instrumentami pochodnymi	25	—	324 626
Pozostałe należności		3 041	9 233
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	22	33 457	16 295
Inwestycje		364	360
Środki pieniężne o ograniczonej możliwości dysponowania		11 708	12 040
Aktywa trwałe razem		14 524 837	16 026 908
Aktywa obrotowe			
Zapasy	15	300 154	496 620
Należności handlowe oraz pozostałe należności	16	1 078 342	1 328 274
Rozliczenia międzyokresowe czynne	17	69 588	69 729
Pożyczki konsumenckie wyceniane według zamortyzowanego kosztu	18	—	157 540
Pożyczki konsumenckie wyceniane w wartości godziwej	18	403 261	209 335
Pozostałe aktywa finansowe		6 629	2 808
Aktywa finansowe będące instrumentami pochodnymi	25	89 191	—
Należności z tytułu podatku dochodowego		9 300	14 805
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	19	2 049 122	877 559
Środki pieniężne o ograniczonej możliwości dysponowania		8 379	22 217
Aktywa obrotowe razem		4 013 966	3 178 887
AKTYWA RAZEM		18 538 803	19 205 795

[1] szczegółowe informacje w Nocie 3.2.3.

Powyższe Skonsolidowane Sprawozdanie z sytuacji finansowej należy analizować łącznie z załączonymi notami objaśniającymi.

PASYWA

	Nota	31.12.2023	31.12.2022 dane przekształcone [1]
Kapitał własny			
Kapitał zakładowy	27	10 569	10 569
Kapitał zapasowy		8 298 479	8 282 469
Różnice kursowe z przeliczenia jednostek działających za granicą		61 223	103 652
Kapitał rezerwowy z wyceny zabezpieczeń przepływów pieniężnych		52 234	242 596
Zyski/(straty) aktuarialne		3 964	322
Pozostałe kapitały rezerwowe	27.2	127 357	67 910
Akcje własne	27.3	(69 499)	(1 200)
Niepodzielony wynik finansowy za lata ubiegłe		274 941	2 191 737
Wynik finansowy netto		284 058	(1 916 796)
Kapitał własny przypadający na akcjonariuszy Jednostki Dominującej		9 043 326	8 981 259
Kapitał własny razem		9 043 326	8 981 259
Zobowiązania długoterminowe			
Kredyty i pożyczki	20	6 064 785	6 451 821
Zobowiązania z tytułu leasingu	21	474 496	567 699
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	22	669 466	885 069
Zobowiązania wobec pracowników	23	4 938	7 122
Zobowiązania finansowe będące instrumentami pochodnymi	25	13 703	224
Zobowiązania długoterminowe razem		7 227 388	7 911 935
Zobowiązania krótkoterminowe			
Kredyty i pożyczki	20	2 702	1 706
Zobowiązania z tytułu leasingu	21	143 086	122 482
Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania	24	1 906 698	1 981 283
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego		45 801	58 893
Zobowiązania wobec pracowników	23	169 802	148 237
Zobowiązania krótkoterminowe razem		2 268 089	2 312 601
PASYWA RAZEM		18 538 803	19 205 795

Skonsolidowane sprawozdanie ze zmian w kapitale własnym

	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy	Różnice kurso- we z przelicze- nia jednostek działających za granicą	Kapitał rezer- wowy z wyceny zabezpieczeń przepływów pieniężnych	Zyski/(straty) aktuarialne	Pozostałe kapi- tały rezerwowe	Akcje własne	Niepodzielony wynik finan- sowy za lata ubiegłe	Wynik finans- owy netto	Kapitał własny przypadający na akcjonariuszy Jednostki Dominującej	Razem
Stan na 01.01.2023	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
Zysk/(strata) za okres obrotowy	—	—	—	—	—	—	—	—	284 058	284 058	284 058
Inne całkowite dochody	—	—	(42 429)	(190 362)	3 642	—	—	—	—	(229 149)	(229 149)
Razem całkowite dochody za okres obrotowy	—	—	(42 429)	(190 362)	3 642	—	—	—	284 058	54 909	54 909
Przeniesienie zysku/(straty) z poprzednich lat	—	—	—	—	—	—	—	(1 916 796)	1 916 796	—	—
Nabycie akcji własnych	—	—	—	—	—	—	(87 626)	—	—	(87 626)	(87 626)
Program motywacyjny Allegro Incentive Plan – wydanie akcji własnych (patrz Nota 27)	—	(19 327)	—	—	—	—	19 327	—	—	—	—
Program Motywacyjny Allegro (zob. Nota 27)	—	—	—	—	—	94 784	—	—	—	94 784	94 784
Program motywacyjny Allegro Incentive Plan – akcje, do których nabyto uprawnienia (patrz Nota 27)	—	35 337	—	—	—	(35 337)	—	—	—	—	—
Transakcje z właścicielami działającymi w charakterze właścicieli	—	16 010	—	—	—	59 447	(68 299)	(1 916 796)	1 916 796	7 158	7 158
Stan na 31.12.2023	10 569	8 298 479	61 223	52 234	3 964	127 357	(69 499)	274 941	284 058	9 043 326	9 043 326
Stan na 01.01.2022	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
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	336	1 180 744	—	—	—	—	—	—	—	1 181 080	1 181 080
Program motywacyjny Allegro Incentive Plan – wydanie akcji własnych (patrz Nota 27)	—	(795)	—	—	—	—	795	—	—	—	—
Program Motywacyjny Allegro (zob. Nota 27)	—	—	—	—	—	60 820	—	—	—	60 820	60 820
Program motywacyjny 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

Powyższe Skonsolidowane Sprawozdanie ze zmian w kapitale własnym należy analizować łącznie z załączonymi notami objaśniającymi.

Niniejszy dokument nie stanowi wiążącej wersji rocznego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu. Oficjalna wersja Sprawozdania Rocznej Grupy Allegro.eu, zawierająca roczne Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe i uzupełniające je sprawozdanie rewidenta, zawarta jest w pakiecie sprawozdawczym, który można znaleźć na stronie internetowej Allegro.eu. W przypadku rozbieżności między niniejszą wersją a pakietem sprawozdawczym wiążący jest pakiet sprawozdawczy.

Skonsolidowane sprawozdanie z przepływów pieniężnych

Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej	Nota	01.01–31.12.2023	01.01–31.12.2022
Zysk przed opodatkowaniem		500 169	(1 639 454)
Amortyzacja oraz odpisy z tytułu utraty wartości niematerialnych aktywów trwałych		1 623 976	3 182 663
Koszty odsetkowe netto (z wyłączeniem odsetek z tytułu leasingu)	10	248 921	454 755
Odsetki z tytułu leasingu	28.3	28 952	23 314
Niegotówkowe koszty świadczeń pracowniczych – płatności na bazie akcji	27.2	74 477	51 294
Prowizja za dostępność kredytu odnawialnego	10	6 476	5 428
Zysk/(strata) z tytułu różnic kursowych		85 982	3 036
(Zysk)/strata z tytułu wyceny instrumentów finansowych		—	6 453
(Zysk)/strata netto ze sprzedaży aktywów trwałych		(1 976)	155
(Zwiększenie)/zmniejszenie stanu należności handlowych i pozostałych należności oraz przedpłat	28.3	237 697	(317 127)
(Zwiększenie)/zmniejszenie stanu zapasów	28.3	168 314	(34 707)
Zwiększenie/(zmniejszenie) stanu zobowiązań handlowych oraz pozostałych	28.3	(34 534)	576 958
(Zwiększenie)/zmniejszenie stanu pożyczek konsumenckich	28.3	(36 386)	(8 091)
Zwiększenie/(zmniejszenie) stanu zobowiązań wobec pracowników	28.3	7 268	259
Inne		(3 251)	—
Środki pieniężne z działalności operacyjnej		2 906 085	2 304 936
Podatek dochodowy zapłacony		(365 228)	(450 256)
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej		2 540 857	1 854 680

Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej	Nota	01.01–31.12.2023	01.01–31.12.2022
Nabycie rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych i prawnych		(470 465)	(722 262)
Nabycie jednostki zależnej (po potrąceniu przejętych środków pieniężnych)	5	—	(2 354 748)
Inne		3 622	1 122
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej		(466 843)	(3 075 888)

Przepływy pieniężne z działalności finansowej	Nota	01.01–31.12.2023	01.01–31.12.2022
Nabycie akcji własnych	28.3	(87 626)	—
Zaciągnięcie kredytów i pożyczek	28.2	245 000	1 500 000
Zapłacona prowizja za udzielenie kredytu		(40 460)	(14 000)
Splata kredytów i pożyczek	28.2	(487 500)	(888 892)
Rozliczenia z tytułu instrumentów zabezpieczających stopę procentową		234 899	130 537
Odsetki zapłacone	28.2	(576 846)	(493 920)
Opłaty leasingowe	28.2	(166 087)	(105 444)
Zachęty leasingowe		—	17 022
Płatność prowizji za dostępność kredytu odnawialnego		(5 280)	(3 777)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej		(883 900)	141 526

	Nota	01.01–31.12.2023	01.01–31.12.2022
Zwiększenie/(zmniejszenie) stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów		1 190 114	(1 079 682)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na początek roku obrotowego		877 559	1 957 241
Wpływ zmian kursów walutowych na stan posiadanych środków pieniężnych		(18 551)	—
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na koniec roku obrotowego		2 049 122	877 559

Powyższe Skonsolidowane Sprawozdanie z przepływów pieniężnych 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 Societé anonyme („Allegro.eu” lub „Jednostka Dominująca”) oraz jednostek zależnych. Allegro.eu oraz pozostałe podmioty Grupy zostały powołane na czas nieokreślony. Grupa jest zarejestrowana w Luksemburgu 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.

Grupa prowadzi działalność na terenie Europy głównie w Polsce, Czechach, na Słowacji, Węgrzech, w Słowenii i Chorwacji. Najbardziej istotnymi jednostkami operacyjnymi Grupy w Polsce są: Allegro Sp. z o.o. („Allegro.pl”), 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 internetowej platformy handlowej;
- sprzedaż detaliczna prowadzona przez Internet;
- usługi reklamowe;
- internetowe usługi porównywarek cenowych;
- internetowa dystrybucja biletów;
- udzielanie kredytów konsumenckich kupującym na platformie;
- oprogramowanie i rozwiązania z obszaru logistyki dostaw;
- usługi logistyczne;
- pozostała działalność usługowa w zakresie technologii informatycznych i komputerowych;
- działalność związana z zarządzaniem urządzeniami informatycznymi;
- działalność związana z oprogramowaniem;

Niniejsze Skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało sporządzone za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2023 r., wraz z okresem porównawczym za rok zakończony 31 grudnia 2022 r.

2. Podstawa sporządzenia

Skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy Allegro.eu S.A. za rok zakończony 31 grudnia 2023 r. zostało sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej (MSSF) przyjętymi przez Unię Europejską, obowiązującymi na dzień 31 grudnia 2023 r. (razem „Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe”).

Niniejsze Skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało sporządzone zgodnie z zasadą kosztu historycznego z wyjątkiem niektórych aktywów i zobowiązań finansowych 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.

Podsumowanie istotnych 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.

W okresie objętym Skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym Allegro.eu S.A. za okres zakończony 31 grudnia 2023 r. nie nastąpiły zmiany zasad rachunkowości poza korektą błędów opisaną w Nocie 3.2.3.



Niniejszy dokument nie stanowi wiążącej wersji rocznego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu. Oficjalna wersja Sprawozdania Rocznej Grupy Allegro.eu, zawierająca roczne Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe i uzupełniające je sprawozdanie rewidenta, zawarta jest w pakiecie sprawozdawczym, który można znaleźć na stronie internetowej Allegro.eu. W przypadku rozbieżności między niniejszą wersją a pakietem sprawozdawczym wiążący jest pakiet sprawozdawczy.

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 narodowe odnośnych krajów, obowiązujących w dniu zawarcia transakcji lub w dniu wyceny (w przypadku pozycji podlegających aktualizacji wyceny). Dodatnie 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.

Na 31 grudnia 2023 r. oraz 31 grudnia 2022 r. waluty funkcjonalne podmiotów należących do Grupy były następujące:

Waluta funkcjonalna	2023	2022	
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.	
	SCB Warszawa Sp. z o.o. (dawniej SkyNet Customs Brokers Sp. z o.o.)	SkyNet Customs Brokers Sp. z o.o.	
	Allegro Pay Sp. z o.o.	Allegro Pay Sp. z o.o.	
	Ceneo.pl Sp. z o.o.	Ceneo.pl Sp. z o.o.	
Euro (EUR)	Mimovrste d.o.o., Internet Mall Słowacja s.r.o., WE DO SK s.r.o	Netretail Sp. z o.o. w likwidacji	
	Internet Mall d.o.o.	Mimovrste d.o.o., Internet Mall Słowacja s.r.o., WE DO SK s.r.o	
	Funt brytyjski (GBP)	n/d	Adinan Super Topco Employee Benefit Trust
		Korona czeska (CZK)	Mall Group a.s., Internet Mall a.s., CZC.cz s.r.o., AMG Media a.s., WE DO CZ s.r.o
Forint węgierski (HUF)			Internet Mall Węgry Kft., m-HU Internet Kft.
Kuna chorwacka (HRK)	n/d		Internet Mall d.o.o.

Niniejszy dokument nie stanowi wiążącej wersji rocznego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu. Oficjalna wersja Sprawozdania Roczno Grupy Allegro.eu, zawierająca roczne Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe i uzupełniające je sprawozdanie rewidenta, zawarta jest w pakiecie sprawozdawczym, który można znaleźć na stronie internetowej Allegro.eu. W przypadku rozbieżności między niniejszą wersją a pakietem sprawozdawczym wiążący jest pakiet sprawozdawczy.

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 2023 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 przejścia nad nimi kontroli przez Grupę i przestają być objęte konsolidacją w momencie ustania kontroli Grupy nad nimi.

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 obejmuje 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.

Koszty transakcyjne wynikające z transakcji przejęcia są ujmowane w wyniku finansowym w momencie poniesienia.

Istotne zasady rachunkowości dotyczące istotnych transakcji/zdarzeń/warunków zostały przedstawione w odpowiednich notach, które odnoszą się do takich pozycji.



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 i nowe standardy, które weszły w życie z dniem 1 stycznia 2023 r.

Nowy standard lub zmiana	Data publikacji	Obowiązujące w odniesieniu do okresów rocznych rozpoczynających się w podanym dniu lub później:	Ocena regulacji dokonana przez Grupę
MSSF 17 „Umowy ubezpieczeniowe”	18 maja 2017 r.	01 stycznia 2023 r.	Brak wpływu ^[1]
Zmiany do MSSF 17 oraz zmiana do MSSF 4	25 czerwca 2020 r.	01 stycznia 2023 r.	Brak wpływu
Opcja przejściowa dla ubezpieczycieli stosujących MSSF 17 – Zmiany do MSSF 17	09 grudnia 2021 r.	01 stycznia 2023 r.	Brak wpływu
Zmiany do MSR 1 i Zasad Praktyki MSSF 2: Ujawnianie zasad rachunkowości	12 lutego 2021 r.	01 stycznia 2023 r.	Nieistotny wpływ ^[2]
Zmiany do MSR 8: Definicja wartości szacunkowych	12 lutego 2021 r.	01 stycznia 2023 r.	Brak wpływu
Zmiany do MSR 12 Podatek dochodowy: Podatek odroczony dotyczący aktywów i zobowiązań wynikających z pojedynczej transakcji	07 maja 2021 r.	01 stycznia 2023 r.	Nieistotny wpływ ^[3]
Zmiany do MSR 12 „Podatek dochodowy”: Międzynarodowa reforma podatkowa – zasady modelowe filaru II	23 maja 2023 r.	01 stycznia 2023 r.	Ocena przepisów dotyczących Filara Drugiego w toku ^[4]

[1] Grupa oceniła wpływ MSSF 17 na swoją działalność, głównie w odniesieniu do ustaleń z kupującymi i opcji stałej opłaty w programie SMART! i stwierdziła, że nowo przyjęty standard nie ma zastosowania (patrz Nota 29.7).

[2] Wdrożenie zmiany spowodowało usunięcie niektórych nieistotnych zasad rachunkowości.

[3] Grupa zastosowała zmianę powodującą oddzielną prezentację składnika aktywów z tytułu odroczonego podatku dochodowego i rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego wynikających z leasingu w Nocie 22. Zmiana została zastosowana retrospektywnie. Zastosowanie tej zmiany nie miało wpływu na niepodzielony wynik finansowy za lata ubiegłe, ponieważ Grupa ujmowała podatek odroczony od leasingu w ujęciu netto.

[4] Zmiany wynikające z przepisów o minimalnym podatku dochodowym mogą mieć wpływ na roczne sprawozdanie finansowe Grupy po ich wprowadzeniu przez polski rząd. Zob. dodatkowe informacje w Nocie 11.7.

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.

Nowy standard lub zmiana	Data publikacji	Obowiązujące w odniesieniu do okresów rocznych rozpoczynających się w podanym dniu lub później:	Ocena regulacji dokonana przez Grupę
Zmiany do MSSF 16 Leasing: Zobowiązania leasingowe w transakcjach sprzedaży i leasingu zwrotnego	22 września 2022 r.	01 stycznia 2024 r.	Brak wpływu
Klasyfikacja zobowiązań jako krótkoterminowe lub długoterminowe – Zmiany do MSR 1	23 stycznia 2020 r.	01 stycznia 2024 r.	Ocena w toku
Zmiany do MSR 7 Sprawozdanie z przepływów pieniężnych i MSSF 7 Instrumenty finansowe Ujawnianie informacji: Umowy finansowania dostawców	25 maja 2023 r.	01 stycznia 2024 r.	Brak wpływu
Zmiany do MSR 21 Brak wymienialności waluty (opublikowane 15 sierpnia 2023 r.)	15 sierpnia 2023 r.	01 stycznia 2025 r.	Brak wpływu

Pozostałe zmiany i nowe standardy, które nie zostały wymienione powyżej, nie są istotne dla działalności Grupy.

3.2.3. KOREKTA BŁĘDU

W IV kwartale 2023 r. Grupa wykryła błąd matematyczny w wycenie relacji z klientami, ujętymi w momencie nabycia spółek Mall Group i We|Do (1 kwietnia 2022 r.). Proces alokacji ceny nabycia dla tej transakcji został zakończony w roku obrotowym zakończonym 31 grudnia 2022 roku. Błąd spowodował zawyżenie wartości relacji z klientami i związanej z nimi rezerwy z tytułu podatku odroczonego oraz odpowiadające mu zaniżenie wartości firmy powstałej na nabyciu. Na dzień 31 grudnia 2022 r. skorygowana wartość bilansowa wartości firmy związanej z nabyciem Mall i We|Do wyniosła 195 560 PLN, a skorygowana wartość bilansowa relacji z klientami ujętymi w ramach połączenia jednostek wyniosła 725 910 PLN. Błąd nie ma wpływu na wynik testu na utratę wartości przeprowadzonego w roku zakończonym 31 grudnia 2022 r.

Błąd został skorygowany poprzez przekształcenie każdej z dotkniętych nim pozycji skonsolidowanego sprawozdania z sytuacji finansowej za poprzedni okres, bez przekształcania skonsolidowanego sprawozdania z całkowitych dochodów za poprzedni okres, ze względu na nieistotny wpływ takiej korekty.

Pozycja sprawozdania z sytuacji finansowej	31.12.2022		
	Przed	Korekta	Po
Wartość firmy	8 750 198	114 951	8 865 149
Pozostałe wartości niematerialne i prawne	5 772 243	(141 915)	5 630 328
Aktywa razem	14 522 441	(26 964)	14 495 477
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	912 033	(26 964)	885 069
Zobowiązania razem	912 033	(26 964)	885 069

Korekta miała również wpływ na niektóre kwoty ujawnione w Nocie 13 i Nocie 22, w których dokonano przekształcenia danych porównawczych. Zidentyfikowany błąd nie miał wpływu na skonsolidowane sprawozdanie z sytuacji finansowej na dzień 1 stycznia 2022 r. Zidentyfikowany błąd nie miał istotnego wpływu na podstawowy i rozwodniony zysk przypadający na jedną akcję za okres porównawczy.

4. Skład Rady Dyrektorów

Na dzień 31 grudnia 2022 roku w skład Rady Dyrektorów wchodził:

- Darren Huston (Przewodniczący Rady Dyrektorów)
- Roy Peticucci (Dyrektor Generalny Grupy)
- Jonathan Eastick (Dyrektor Finansowy Grupy)
- David Barker
- Nancy Cruickshank
- Paweł Padusiński
- Richard Sanders
- Carla Smits – Nusteling
- Pedro Arnt

W 2023 r. Rada Dyrektorów została rozszerzona:

- Catherine Faiers (powołana 12 maja 2023 r.)
- Tomasz Suchański (powołany 12 maja 2023 r.)

Na dzień 31 grudnia 2023 roku w skład Rady Dyrektorów wchodził:

- Darren Huston (Przewodniczący Rady Dyrektorów)
- Roy Peticucci (Dyrektor Generalny Grupy)
- Jonathan Eastick (Dyrektor Finansowy Grupy)
- David Barker
- Nancy Cruickshank
- Paweł Padusiński
- Richard Sanders
- Carla Smits – Nusteling
- Pedro Arnt
- Catherine Faiers (powołana 12 maja 2023 r.)
- Tomasz Suchański (powołany 12 maja 2023 r.)

Skład Rady Dyrektorów nie zmienił się do dnia zatwierdzenia niniejszego Skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

5. Połączenia jednostek gospodarczych

W roku zakończonym 31 grudnia 2023 r. nie miały miejsca żadne połączenia jednostek gospodarczych. W okresie porównawczym zakończonym 31 grudnia 2022 r. Grupa sfinalizowała transakcję przejęcia spółek Mall Group a.s. i We|Do CZ s.r.o. Proces alokacji ceny nabycia został sfinalizowany i zaprezentowany w Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym Grupy za rok zakończony 31 grudnia 2022 r. bez późniejszych zmian wartości godziwej możliwych do zidentyfikowania aktywów i zobowiązań oraz wycenienia Wartości firmy.

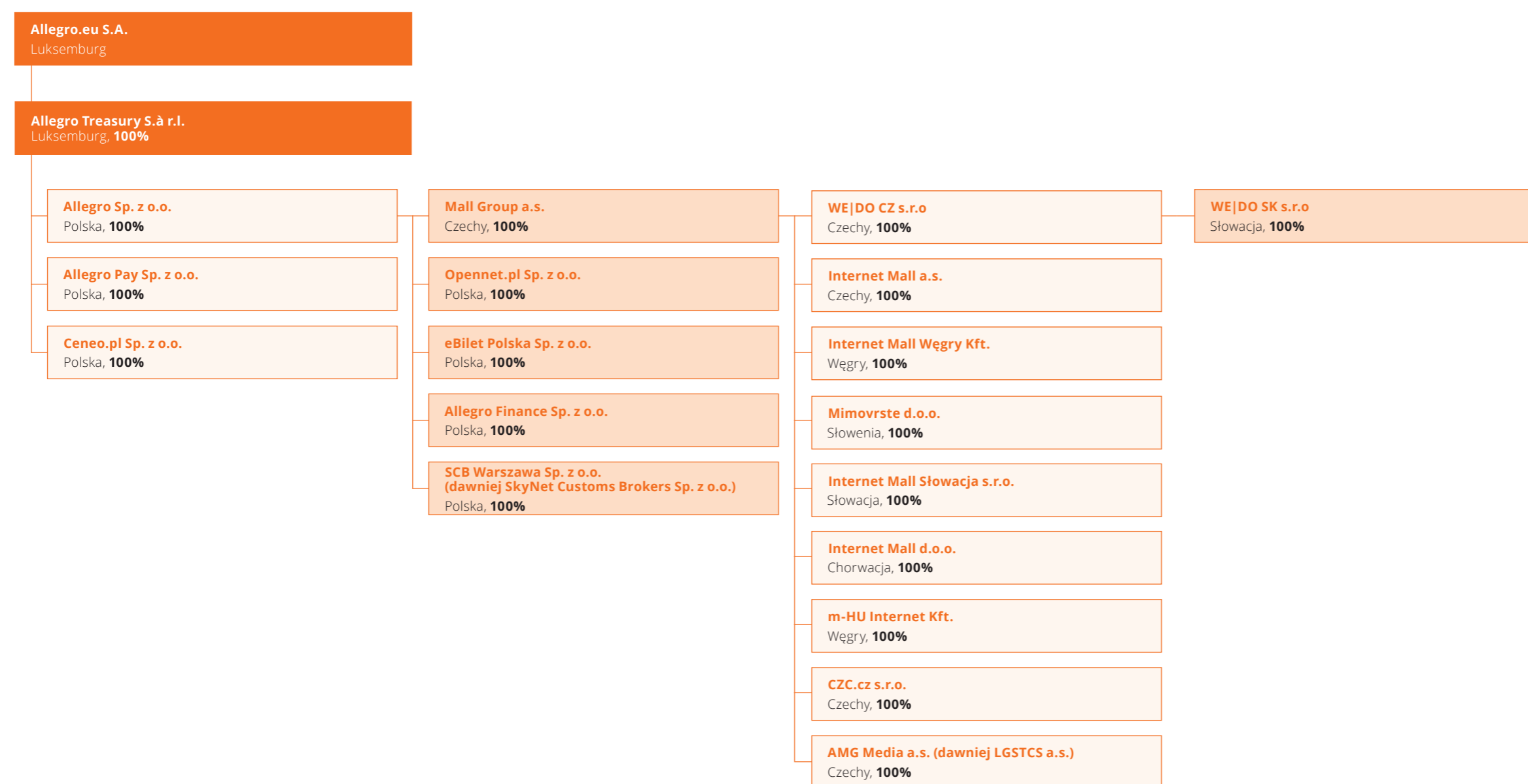


Niniejszy dokument nie stanowi wiążącej wersji rocznego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu. Oficjalna wersja Sprawozdania Rocznej Grupy Allegro.eu, zawierająca roczne Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe i uzupełniające je sprawozdanie rewidenta, zawarta jest w pakiecie sprawozdawczym, który można znaleźć na stronie internetowej Allegro.eu. W przypadku rozbieżności między niniejszą wersją a pakietem sprawozdawczym wiążący jest pakiet sprawozdawczy.

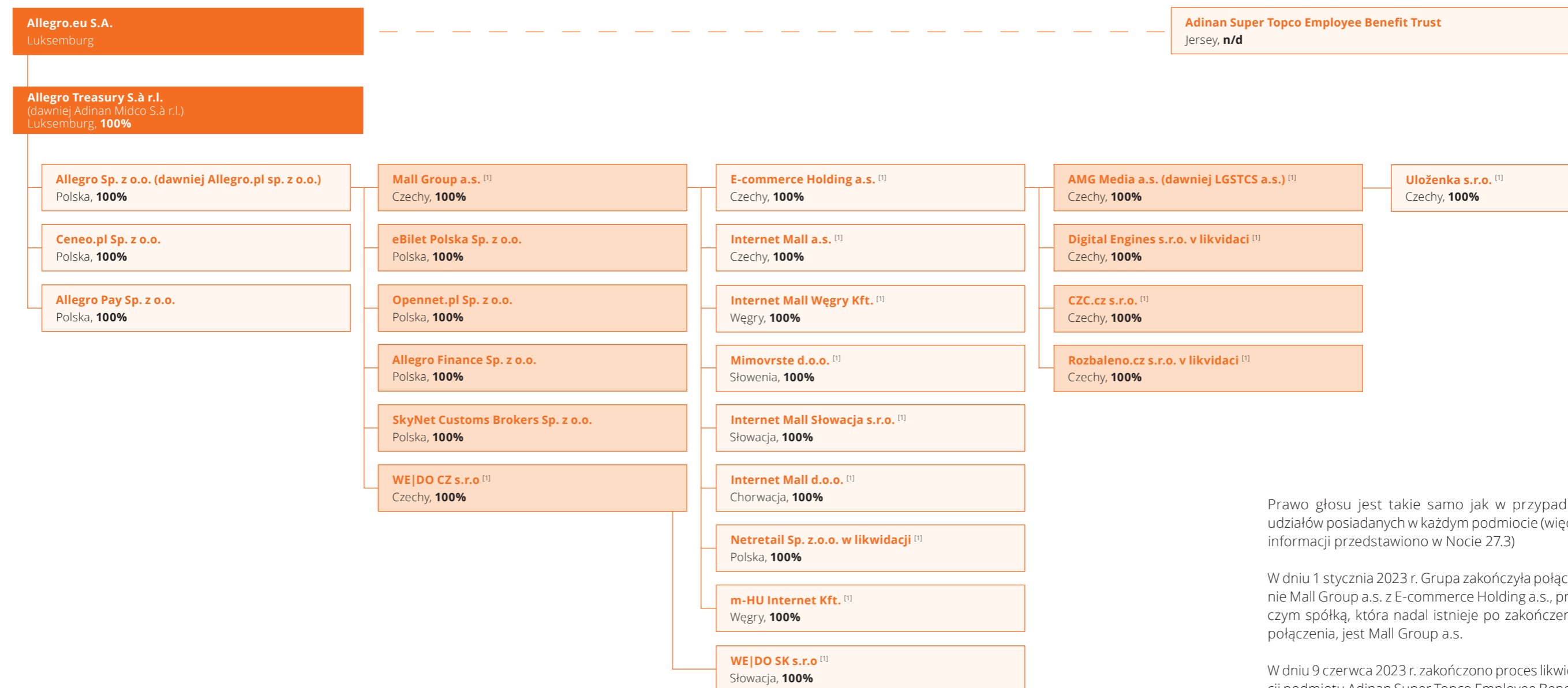
6. Struktura Grupy

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 2023 r. i 31 grudnia 2022 r.

OKRES OBJĘTY KONSOLIDACJĄ 01.01.2023 – 31.12.2023



OKRES OBJĘTY KONSOLIDACJĄ
01.01.2022 – 31.12.2022



Prawo głosu jest takie samo jak w przypadku udziałów posiadanych w każdym podmiocie (więcej informacji przedstawiono w Nocie 27.3)

W dniu 1 stycznia 2023 r. Grupa zakończyła połączenie Mall Group a.s. z E-commerce Holding a.s., przy czym spółką, która nadal istnieje po zakończeniu połączenia, jest Mall Group a.s.

W dniu 9 czerwca 2023 r. zakończono proces likwidacji podmiotu Adinan Super Topco Employee Benefit Trust, a wszystkie pozostałe po likwidacji aktywa zostały przeniesione na Jednostkę Dominującą.

W dniu 14 lipca 2023 r. zakończono proces likwidacji spółki Netretail sp. z o.o., polskiego podmiotu operacyjnego i spółki zależnej Mall Group a.s. Aktywa kontrolowane przez spółkę zostały przeniesione do Allegro sp. z o.o.

Wyżej opisane transakcje nie mają wpływu na niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe.

[1] Okres objęty konsolidacją 01.04.2022–31.12.2022



7. Zatwierdzenie Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego

Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe za rok zakończony 31 grudnia 2023 roku zostało zatwierdzone przez Radę Dyrektorów do publikacji w dniu 12 marca 2024 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 zarządczej. Na potrzeby zarządzania Grupa została zorganizowana wokół jednostek gospodarczych ze względu na oferowane produkty i posiada cztery operacyjne segmenty sprawozdawcze przedstawione poniżej.

W dniu 1 kwietnia 2022 r. Grupa zakończyła transakcję przejęcia Grupy Mall i WE|DO. Wyniki finansowe tych podmiotów za okres dziewięciu miesięcy są prezentowane w segmencie operacyjnym „Mall” w roku zakończonym 31 grudnia 2022 r.

W dniu 9 maja 2023 r. Grupa rozpoczęła kolejny etap ekspansji na rynkach międzynarodowych, uruchamiając allegro.cz, platformę e-commerce obsługującą klientów na terytorium Republiki Czeskiej. Spowodowało to zmianę struktury wewnętrznej organizacji zarządzania w sposób, który miał wpływ na podział na segmenty operacyjne i sprawozdawcze. W rezultacie zidentyfikowano nowy segment operacyjny i sprawozdawczy „Allegro International”. Grupa nie przekształciła informacji o segmentach za okres porównawczy, ponieważ informacje te nie są dostępne, a koszt ich sporządzenia byłby zbyt wysoki. W związku z tym Grupa ujawniła w niniejszym sprawozdaniu finansowym informacje dotyczące segmentów działalności za bieżący okres zarówno na starych, jak i nowych zasadach podziału na segmenty.

Segment sprawozdawczy	Opis	Podmioty prawne
Allegro	Segment prowadzący platformę handlu elektronicznego B2C, C2C i B2B, działający 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. (z wyłączeniem działalności handlowej Allegro.cz) Allegro Pay sp. z o.o. Allegro Finance sp. z o.o. Opennet.pl sp. z o.o. SCB Warszawa Sp. z o.o. (dawniej SkyNet Customs Brokers Sp. z o.o.)
Ceneo	Segment świadczący usługi porównywania cen w zakresie wielu kategorii na polskim rynku, umożliwiający 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 Węgry Kft. Mimovrste d.o.o. Internet Mall Słowacja s.r.o. Internet Mall d.o.o. m-HU Internet Kft. AMG Media a.s. CZC.cz s.r.o. WE DO CZ s.r.o. WE DO SK s.r.o.
Allegro International	Segment prowadzący platformę e-commerce B2C, działający na terytorium Republiki Czeskiej, obejmujący internetową platformę handlową i powiązane z nią usługi, takie jak pożyczki konsumenckie i operacje logistyczne	Allegro sp. z o.o. (w tym wyłącznie działalność handlowa Allegro.cz)
Inne	Obejmuje działalność eBilet, wiodącej strony sprzedaży biletów na imprezy w Polsce oraz wyniki jednostki dominującej i pośredniej spółki holdingowej.	Allegro Treasury S.à r.l. Allegro.eu S.A. eBilet Polska Sp. z o.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 poprzez odwrócenie takich odpisów z tytułu utraty wartości („EBITDA”), zgodnie z definicją zawartą w Nocie 8.2. Przyjęte zostały jednolite zasady rachunkowości dla wszystkich segmentów oraz dla całej Grupy. Transakcje między 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 segmentach i lokalizacjach geograficznych przedstawiono w poniższej tabeli.

01.01–31.12.2023	RAZEM	Allegro	Ceneo	Mall	Allegro International	Inne	Wyłączenia
Przychody zewnętrzne	10 185 317	7 550 900	256 485	2 271 569	49 869	56 494	—
<i>Polska</i>	7 863 971	7 550 900	256 485	92	—	56 494	—
<i>Czechy</i>	1 513 792	—	—	1 463 923	49 869	—	—
<i>Pozostałe kraje</i>	807 554	—	—	807 554	—	—	—
Przychody międzysegmentowe	—	36 113	49 393	53 710	6 271	5 372	(150 859)
Przychody	10 185 317	7 587 013	305 878	2 325 279	56 140	61 866	(150 859)
Pozostałe przychody operacyjne	65 243	65 243	—	—	—	—	—
Przychody ze sprzedaży i pozostałe dochody operacyjne razem	10 250 560	7 652 256	305 878	2 325 279	56 140	61 866	(150 859)
Koszty operacyjne	(7 836 463)	(4 887 022)	(204 655)	(2 543 879)	(278 622)	(68 975)	146 690
EBITDA	2 414 097	2 765 234	101 223	(218 600)	(222 482)	(7 109)	(4 169)
Amortyzacja oraz odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych	(1 623 976)						
Koszty finansowe netto	(289 952)						
Zysk przed opodatkowaniem	500 169						
Obciążenie z tytułu podatku dochodowego	(216 111)						
Zysk netto	284 058						

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>	6 652 316	6 352 307	246 365	9 284	44 360	—
<i>Czechy</i>	1 548 282	—	—	1 548 282	—	—
<i>Pozostałe kraje</i>	804 317	—	—	804 317	—	—
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)
Przychody ze sprzedaży i pozostałe dochody operacyjne razem	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)					
Wynik z działalności finansowej	(457 327)					
Zysk przed opodatkowaniem	(1 639 454)					
Obciążenie z tytułu podatku dochodowego	(277 342)					
Zysk netto	(1 916 796)					

Poniżej przedstawiono informacje dotyczące wyników Grupy za 2023 r. sporządzone przy zastosowaniu wcześniejszych zasad podziału na segmenty.

01.01–31.12.2023	RAZEM	Allegro	Ceneo	Mall	Inne	Wylączenia
Przychody zewnętrzne	10 185 317	7 550 900	256 485	2 321 438	56 494	—
<i>Polska</i>	7 863 971	7 550 900	256 485	92	56 494	—
<i>Czechy</i>	1 513 792	—	—	1 513 792	—	—
<i>Pozostałe kraje</i>	807 554	—	—	807 554	—	—
Przychody międzysegmentowe	—	36 113	49 393	12 745	5 372	(103 624)
Przychody	10 185 317	7 587 013	305 878	2 334 184	61 866	(103 624)
Pozostałe przychody operacyjne	65 243	65 243	—	—	—	—
Przychody ze sprzedaży i pozostałe dochody operacyjne razem	10 250 560	7 652 256	305 878	2 334 184	61 866	(103 623)
Koszty operacyjne	(7 836 463)	(4 887 022)	(204 655)	(2 776 506)	(68 975)	100 695
EBITDA	2 414 097	2 765 234	101 223	(442 322)	(7 109)	(2 929)
Amortyzacja oraz odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych	(1 623 976)					
Koszty finansowe netto	(289 952)					
Zysk przed opodatkowaniem	500 169					
Obciążenie z tytułu podatku dochodowego	(216 111)					
Zysk netto	284 058					

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.

Grupa nie posiada istotnych aktywów trwałych innych niż instrumenty finansowe i aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego w kraju siedziby Grupy. Informacje dotyczące aktywów Grupy w Polsce i innych lokalizacjach geograficznych zostały przedstawione w poniższej tabeli.

	31.12.2023	31.12.2022
Aktywa trwałe ^[1]	14 491 381	15 712 950
<i>Polska</i>	13 636 869	13 662 844
<i>Pozostałe kraje</i>	854 511	2 050 106

[1] aktywa trwałe inne niż instrumenty finansowe, aktywa z tytułu podatku odroczonego



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, koszty finansowe netto (tj. przychody i koszty finansowe), amortyzację, odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych oraz pomniejszony o rozwiązanie tych odpisów.

Rada Dyrektorów uważa, że Skorygowana EBITDA jest najbardziej odpowiednim wskaźnikiem zysku Grupy jako całości, natomiast wyniki każdego segmentu operacyjnego są analizowane w oparciu o EBITDA (patrz Nota 8.1). Skorygowana EBITDA wyłącza 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 pożytku publicznego, niektórych elementów motywacyjnych oraz premii dla pracowników, kosztów restrukturyzacji zatrud-

nienia, 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 programami motywacyjnymi (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.

	01.01–31.12.2023	01.01–31.12.2022
EBITDA	2 414 097	2 000 536
Koszty postępowań regulacyjnych ^[1]	564	3 340
Koszty restrukturyzacji i rozwoju Grupy ^[2]	39 502	80 618
Darowizny na rzecz różnych organizacji pożytku publicznego ^[3]	500	3 008
Premia dla pracowników i środki na wyposażenie ochronne przeciwko COVID-19 ^[4]	—	390
Program motywacyjny Allegro Incentive Plan ^[5]	77 719	52 489
Koszty transakcyjne ^[6]	—	3 211
Koszt restrukturyzacji zatrudnienia ^[7]	7 694	9 065
Skorygowana EBITDA	2 540 076	2 152 657

- [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.
- W latach 2023 i 2022 koszty te były głównie związane z kosztami integracji i restrukturyzacji Grupy Mall i WE|DO poniesionymi po przejęciu.
- [3] Darowizny dokonane przez Grupę celem wsparcia służby zdrowia, organizacji charytatywnych i pozarządowych w czasie pandemii COVID-19 oraz zapewnienie 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 Członkiem 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.
- Koszty ujęte w latach 2023 i 2022 dotyczą głównie rekrutacji kluczowej kadry kierowniczej, a także odpraw dla pracowników objętych projektami restrukturyzacyjnymi.

9. Przychody z umów z klientami

9.1. Zasady rachunkowości

UJMOWANIE PRZYCHODÓW

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 2023 i 2022 r.).

PRZYCHODY PLATFORMY HANDLOWEJ

Grupa pobiera dwa podstawowe rodzaje opłat: prowizję od sprzedaży oraz opłaty za wystawienie ofert. Opłata za wystawienie oferty to stała kwota, która jest płatna z góry i nie podlega zwrotowi. Prowizja od sprzedaży jest obliczana jako procent od ceny transakcji i jest płatna w momencie sprzedaży wystawionego 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 występuje ograniczony i monitorowany kontakt pomiędzy sprzedającym a kupującym, co uniemożliwia jakiegokolwiek wzajemne interakcje poza serwisem Grupy, 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 prowizję 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 przez Grupę 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 lub są potrącane z rachunku sprzedawcy po dokonaniu transakcji. Mechanizm potrącania opłat wprowadzony dla wybranych sprzedawców w 2023 r. skutkuje potrąceniem prowizji od sprzedaży, a tym samym zmniejszeniem salda należności z tytułu takich transakcji (patrz Nota 16).

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 ku-

pującego). W efekcie Grupa uzyskuje przychody od sprzedających na platformie. Wpływy z abonamentu ujmowane są jako przychody przyszłych okresów i rozpoznawane liniowo przez okres publikacji oferty, który nie przekracza 12 miesięcy (transakcja ta nie zawiera istotnego elementu finansowania).

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 (stała opłata za jedno kliknięcie).

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 okre-

ślonej 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 Grupy – 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 po zakończeniu transakcji sprzedaży.

PRZYCHODY Z USŁUG LOGISTYCZNYCH

Przychody z usług logistycznych związane są głównie z odpłatnymi dostawami organizowanymi przez Grupę. Przychody są ujmowane w okresie sprawozdawczym, w którym usługa jest świadczona, w momencie zrealizowania dostawy. Dostawa jest zazwyczaj realizowana w ciągu 1-3 dni roboczych. Ceny za przesyłkę mogą być zróżnicowane w zależności od metody dostawy i określonych progów w odniesieniu do liczby, rozmiaru i wagi paczek. Po ustaleniu ceny za konkretną przesyłkę na podstawie jej parametrów, staje się ona stałym wynagrodzeniem; cena transakcyjna nie zawiera składników wynagrodzenia zmiennego.

Przychody z usług logistycznych są fakturowane, a płatność otrzymuje się po zakończeniu transakcji sprzedaży.

POZOSTAŁE PRZYCHODY

Pozostałe przychody dotyczą głównie prowizji od sprzedaży ubezpieczeń i pożyczek ratalnych oferowanych przez podmioty trzecie w odniesieniu do towarów sprzedawanych na platformie handlowej. W tego typu transakcjach Grupa działa jako agent. Ponadto pozostałe przychody obejmują opłatę sprzedawcy pobieraną przez Allegro za wskazanie pożyczki konsumenckiej Allegro Pay jako metody płatności. Pozostałe przychody są w większości przypadków ujmowane w określonym momencie, po sfinalizowaniu transakcji na platformie handlowej.

PROGRAMY MOTYWACYJNE 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 do robienia przez nich zakupów na platformie. Allegro dąży do zwiększenia liczby kupujących oraz wskaźników ich zaangażowania. W tym celu ponosi na własne ryzyko koszty, których celem jest zwiększenie ruchu na platformie oraz przyciągnięcie nowych kupujących. Jednym z nich jest bezpłatny program lojalnościowy. Tego typu czynności są ujmowane w sposób opisany poniżej.

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. Opłaty abonamentowe są uiszczane na początku okresu abonamentowego.

Wpływy z abonamentu ujmowane są jako zobowiązanie z tytułu umowy (w pozycji „zobowiązania handlowe i pozostałe zobowiązania”) i odnoszone stopniowo w całkowite dochody przez okres trwania umowy abonamentowej 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

	01.01–31.12.2023	01.01–31.12.2022
Przychody platformy handlowej	6 327 529	5 340 815
Przychody z usług reklamowych	833 401	612 265
Przychody z porównywarki cenowej	207 895	193 850
Przychody ze sprzedaży towarów	2 598 771	2 694 679
Przychody z usług logistycznych	140 541	87 204
Pozostałe przychody	77 180	76 103
Przychody	10 185 317	9 004 916

Element działalności przychodowej, będący ujemną kwotą odpowiadającą nadwyżce kosztów dostaw Smart! nad otrzymaną ceną abonamentu, prezen-

towany jest jako koszt w pozycji „Koszty dostaw netto” w kosztach operacyjnych w sprawozdaniu z całkowitych dochodów.

Poniżej przedstawiono podział przychodów z tytułu umów z klientami:

01.01–31.12.2023	Allegro	Ceneo	Mall	Allegro International	Inne	Wyłączenia	Razem
Przychody platformy handlowej	6 162 008	—	70 583	43 730	57 357	(6 149)	6 327 529
Przychody z usług reklamowych	781 942	51 212	10 618	5 062	—	(15 433)	833 401
Przychody z porównywarki cenowej	—	253 301	—	—	—	(45 406)	207 895
Przychody ze sprzedaży towarów	486 092	—	2 116 082	—	106	(3 509)	2 598 771
Przychody z usług logistycznych	53 680	—	93 241	7 343	—	(13 723)	140 541
Pozostałe przychody	103 291	1 365	34 755	5	4 403	(66 639)	77 180
Przychody	7 587 013	305 878	2 325 279	56 140	61 866	(150 859)	10 185 317

01.01–31.12.2022	Allegro	Ceneo	Mall	Inne	Wyłączenia	Razem
Przychody platformy handlowej	5 237 602	—	59 084	44 360	(230)	5 340 815
Przychody z usług reklamowych	555 372	57 844	4 898	—	(5 849)	612 265
Przychody z porównywarki cenowej	—	239 147	—	—	(45 297)	193 850
Przychody ze sprzedaży towarów	483 943	—	2 214 412	—	(3 676)	2 694 679
Przychody z usług logistycznych	27 495	—	59 708	—	—	87 204
Pozostałe przychody	61 565	2 617	27 665	280	(16 023)	76 103
Przychody	6 365 977	299 608	2 365 767	44 640	(71 075)	9 004 916

Przychody uzyskiwane przez Grupę z transakcji na towarach i usługach w następujących głównych segmentach operacyjnych ujmowane są w określonym momencie lub rozliczane w czasie.

01.01–31.12.2023 Moment ujęcia przychodów:	Allegro	Ceneo	Mall	Allegro International	Inne	Wyłączenia	Razem
W określonym momencie (w tym prowizja od sprzedaży)	6 252 260	254 666	2 308 280	56 140	61 866	(133 090)	8 800 122
Rozliczane w czasie	1 334 753	51 212	16 999	—	—	(17 769)	1 385 195
Przychody	7 587 013	305 878	2 325 279	56 140	61 866	(150 859)	10 185 317

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)	7 993 589
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

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 01.01.2023	93 279	9 206
Zwiększenie/(zmniejszenie)	29 019	480
Stan na 31.12.2023	122 298	9 686

	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

Zobowiązania z tytułu umów z klientami prezentowane są w zobowiązaniach handlowych oraz pozostałych zobowiązaniach.

W roku 2023 i 2022 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 2023 r. ujęte zostały przychody w wysokości 93 279 PLN z tytułu zobowiązań umownych programu Smart! (co miało wpływ na pozycję „Koszty dostaw netto” w Sprawozdaniu z całkowitych dochodów) oraz przychody przyszłych okresów w wysokości 9 206 PLN z tytułu publikacji i promocji ofert z kwot, które zostały zawarte w saldzie zobowiązań z tytułu umów z klientami na początek okresu.

W okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2022 r. ujęte zostały przychody w wysokości 92 114 PLN z tytułu zobowiązań umownych programu Smart! (co miało wpływ na pozycję „Koszty dostaw netto” w Sprawozdaniu z całkowitych dochodów) 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.

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 2023 i 2022 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]
As at 01.01.2023	28 856	33 943	5 553
Increased/(decreased)	(7 166)	(7 376)	2 289
As at 31.12.2023	21 690	26 567	7 842

	Zobowiązania z tytułu programu lojalnościowego Monety Allegro ^[1]	Zobowiązania z tytułu zwrotów wynikających z umów ^[2]	Bonusy retrospektywne z tytułu przychodów reklamowych ^[3]
As at 01.01.2022	36 477	14 596	5 625
Increased/(decreased)	(7 621)	19 347	(72)
As at 31.12.2022	28 856	33 943	5 553

[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 platformy handlowej) 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

	01.01–31.12.2023	01.01–31.12.2022
Ujemne różnice kursowe netto	—	6 113
Przychody odsetkowe z tytułu lokat i środków na rachunkach bankowych	51 813	25 137
Pozostałe przychody finansowe	22 438	2 007
Przychody finansowe	74 251	33 257
Odsetki zapłacone i przypadające do zapłaty od zobowiązań finansowych	(544 863)	(528 063)
Wynik z tytułu zabezpieczenia stopy procentowej	219 845	140 348
Aktualizacja wartości kredytów i pożyczek	76 097	(58 156)
Odsetki z tytułu leasingu	(28 952)	(23 314)
Prowizja za dostępność kredytu odnawialnego	(6 476)	(5 428)
Ujemne różnice kursowe netto	(73 349)	—
Pozostałe koszty finansowe	(6 505)	(15 972)
Koszty finansowe	(364 203)	(490 584)
Koszty finansowe netto	(289 952)	(457 327)

Wzrost kosztów odsetkowych wynika z wyższego średniego salda kredytów i pożyczek Grupy w wyniku przejęcia Grupy Mall w dniu 1 kwietnia 2022 r., a także ze wzrostu stopy referencyjnej WIBOR w ciągu roku. 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.

W 2023 r. Grupa sfinalizowała transakcję refinansowania, która skutkowałą zmianą w zakresie istniejących kredytów i pożyczek (więcej informacji przedstawiono w Nocie 20).

Wpływ tej transakcji jest prezentowany jako aktualizacja wartości kredytów i pożyczek. Jednocześnie kwota prezentowana za rok 2022 jest wynikiem zwiększonego wskaźnika dźwigni finansowej Grupy, co w związku z warunkami obowiązującej umowy skutkuje wzrostem marży i wzrostem wartości bilansowej istniejących kredytów i pożyczek wycenianych według zamortyzowanego kosztu.

Wzrost przychodów finansowych z tytułu odsetek od depozytów wynika z trendu podwyższania głównych stóp referencyjnych przez Narodowy Bank Polski, co przełożyło się na wyższe oprocentowanie depozytów oferowanych przez banki komercyjne.

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. Poniżej przedstawiono stawki podatku CIT obowiązujące w każdym z krajów, w których Grupa posiada podmioty prawne:

Kraj	Stawka podatku	
	01.01–31.12.2023	01.01–31.12.2022
Polska	19,00%	19,00%
Luksemburg	24,94%	24,94%
Czechy	19,00%	19,00%
Słowenia	19,00%	19,00%
Słowacja	21,00%	21,00%
Węgry	9,00%	9,00%
Chorwacja	18,00%	18,00%

11.1. Podatek dochodowy

	01.01–31.12.2023	01.01–31.12.2022
Podatek dochodowy bieżący	(373 681)	(292 755)
Korekty z tytułu podatku bieżącego za poprzednie okresy	13 147	(52 620)
(Zwiększenie) / Zmniejszenie stanu rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego	144 423	68 033
Obciążenie z tytułu podatku dochodowego	(216 111)	(277 342)

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 nienaliczonego 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

	01.01–31.12.2023	01.01–31.12.2022
Zysk z działalności kontynuowanej przed opodatkowaniem	500 169	(1 639 454)
Podatek (należny)/podlegający zwrotowi przy zastosowaniu krajowej stawki podatkowej 19%	(95 032)	311 496
Efekt podatkowy na transakcjach, które nie podlegają odliczeniu przy kalkulacji dochodu do opodatkowania:		
Koszty niestanowiące kosztu uzyskania przychodu	(33 391)	(465 610)
Nieujęte aktywo z tytułu podatku odroczonego na stracie podatkowej	(94 911)	(68 444)
Wpływ zagranicznych stawek i regulacji podatkowych	4 655	(2 164)
Korekty z tytułu podatku bieżącego za poprzednie okresy	13 147	(52 620)
Zmiana stawki podatkowej	(10 579)	—
Obciążenie z tytułu podatku dochodowego	(216 111)	(277 342)

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 (szczegóły w Nocie 29).

„Wpływ zagranicznych stawek i regulacji podatkowych” reprezentuje wpływ różnych stawek podatku stosowanych w Polsce i w innych krajach, w których działa Grupa.

Z dniem 1 stycznia 2024 r. stawka podatku dochodowego od osób prawnych w Republice Czeskiej została podwyższona z 19% do 21%, co spowodowało ponowne obliczenie rezerw z tytułu podatku odroczonego dla podmiotów działających w tym kraju. Wpływ tej korekty jest uwzględniony w pozycji „zmiana stawki podatkowej”.

11.4. Kwoty ujęte bezpośrednio w innych całkowitych dochodach

Podatek odroczony dotyczący innych całkowitych dochodów ujęty bezpośrednio w innych całkowitych dochodach wyniósł 57 862 PLN w 2023 r. (przychód) i 29 717 PLN w 2022 r. (koszt).

11.5. Straty podatkowe

W 2023 r. Grupa Mall poniosła nieujęte straty z tytułu podatku odroczonego, w odniesieniu do których nie ujęto składnika aktywów z tytułu podatku odroczonego w kwocie 79 542 PLN. Łączne skumulowane straty podatkowe Grupy Mall z poprzednich okresów na dzień 31 grudnia 2023 r. i 31 grudnia 2022 r. przedstawiono w poniższej tabeli.

Grupa uznała, że nie jest prawdopodobne, aby Mall osiągnął przyszłe dochody do opodatkowania w okresie, w którym możliwe byłoby wykorzystanie tych strat podatkowych.

	31.12.2023	31.12.2022
Wygaśnięcie w 2023 r.	—	70 473
Wygaśnięcie w 2024 r.	67 105	76 457
Wygaśnięcie w 2025 r.	154 633	171 034
Wygaśnięcie w 2026 r.	77 200	85 545
Wygaśnięcie w 2027 r.	440 175	536 558
Wygaśnięcie w 2028 r.	345 523	—
Wygaśnięcie w 2029 r.	—	—
Wygaśnięcie w 2030 r.	4 923	5 436
Wygaśnięcie nie nastąpi	155 584	114 084
Łączne straty podatkowe pozostałe do rozliczenia w następnych okresach, w odniesieniu do których nie ujęto składnika aktywów z tytułu odroczonego podatku dochodowego	1 245 143	1 059 587

11.6. Inne

Nie ujmuje się rezerwy z tytułu podatku odroczonego od różnic przejściowych w wysokości 3 112 536 PLN (1 881 699 PLN w 2020 r.) dotyczących nieprzekazanych zysków jednostek zależnych, ponieważ nieprzekazane zyski nie podlegają opodatkowaniu w momencie ich zapłaty.

W 2022 r. Allegro i Ceneo były przedmiotem kilku kontroli dotyczących rozliczeń w zakresie podatku dochodowego od osób prawnych („CIT”) i podatku u źródła („WHT”) za lata obrotowe 2016-2022. W 2022 r. Grupa uregulowała następujące zobowiązania podatkowe wobec organu podatkowego:

- zobowiązanie z tytułu podatku CIT za lata 2016–2018 poprzez przekazanie podatku w kwocie 22 526 PLN oraz odsetek w kwocie 7 683 PLN;
- 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.

Na początku 2023 r. 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, kończąc tym samym kontrole podatkowe wszczęte przez Urząd Skarbowy.

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.

11.7. Filar Drugi

W większości jurysdykcji, w których Grupa prowadzi działalność (Luksemburg, Czechy, Słowenia, Słowacja, Węgry, Chorwacja) uchwalono lub w znacznym stopniu uchwalono przepisy dotyczące Filaru Drugiego. Przepisy te będą obowiązywać w roku obrotowym Grupy rozpoczynającym się 1 stycznia 2024 r. Grupa jest w trakcie oceny wpływu przepisów Filaru Drugiego w momencie ich wejścia w życie i stosuje wyjątek dotyczący ujawniania informacji o aktywach i rezerwach z tytułu odroczonego podatku dochodowego związanych z podatkiem dochodowym w ramach Filaru Drugiego, zgodnie ze zmianami do MSR 12 opublikowanymi w maju 2023 r.

Ze względu na złożoność stosowania przepisów i obliczania dochodu GloBE, nie jest jeszcze możliwe racjonalne oszacowanie ilościowego wpływu uchwalonych lub zasadniczo uchwalonych przepisów. Grupa współpracuje obecnie z zewnętrznymi doradcami podatkowymi w celu wdrożenia wymogów Filaru Drugiego w 2024 r. i uzyskania pomocy w ocenie ich skutków finansowych. Ponadto w Polsce, będącej głównym krajem działalności Grupy, odpowiednie przepisy nie zostały jeszcze uchwalone ani zasadniczo uchwalone.

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 2023 roku i 31 grudnia 2022 roku wyniósł:

	01.01–31.12.2023	01.01–31.12.2022
Zysk netto przypadający na akcjonariuszy Jednostki Dominującej	284 057 748	(1 916 795 640)
Zysk/(strata) dla posiadaczy akcji zwykłych	284 057 748	(1 916 795 640)
Średnia liczba akcji zwykłych	1 056 517 432	1 051 061 575
Zysk/(strata) na jedną akcję zwykłą (podstawowa)	0,27	(1,82)
Wpływ rozwodnienia liczby akcji zwykłych ^[1]	2 914 835	—
Liczba akcji zwykłych wykazana dla celów wyliczenia rozwodnionego zysku na jedną akcję*	1 059 432 267	—
Zysk/(strata) na jedną akcję zwykłą (rozwodniona)	0,27	(1,82)

[1] w 2022 r. potencjalny wpływ instrumentów rozwodniających wyniósłby 1 344 858, jednakże w 2022 r. nie miały 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.

Na początku bieżącego okresu liczba akcji zwykłych wyemitowanych przez Jednostkę dominującą wyniosła 1 056 904 853, przy czym dla celów wyliczenia zysku przypadającego na jedną akcję została ona pomniejszona o liczbę akcji własnych posiadanych przez Grupę.

W 2023 r. Grupa ogłosiła program skupu akcji własnych, mający na celu realizację nagród przyznanych w ramach programu Allegro Incentive Plan. Transakcje miały miejsce w dniach 22 i 23 lutego 2023 r. i skutkowały nabyciem 725 000 akcji własnych, z czego 655 257 jednostek zostało wydanych pracownikom w kwietniu w kolejnym terminie nabywania uprawnień w ramach programu Allegro Incentive Plan, a pozostałe 69 743 niewydane akcje były utrzymywane jako Akcje Własne na dzień 31 grudnia 2023 r. Wartość pieniężna nabytych akcji wyniosła 20 055 596 PLN.

W listopadzie 2023 r. Grupa ogłosiła kolejny program skupu akcji własnych w celu wypełnienia zobowiązań wynikających z programu Allegro Incentive Plan. W rezultacie w okresie od 11 do 15 grudnia 2023 r. nabyto 2 172 523 akcje za kwotę 67 570 083 PLN.

Na koniec okresu liczba akcji zwykłych wyemitowanych przez Jednostkę dominującą wyniosła 1 056 904 853, przy czym dla celów wyliczenia zysku przypadającego na jedną akcję została ona pomniejszona o 2 242 266 akcji własnych. Średnia liczba akcji zwykłych zastosowana do obliczenia podstawowego zysku przypadającego na jedną akcję wyniosła 1 056 517 432.

Pozycja rozwodniająca zaprezentowana w powyższej tabeli dotyczy jednostek RSU przyznanych w ramach programu AIP. Jednostki RSU są traktowane jako płatności w formie akcji nieuzależnione 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 płatnościami opartymi na wynikach, 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 ma efekt rozwodniający przy kalkulacji zysku na akcję za okres zakończony 31 grudnia 2023 r., ponieważ zostały spełnione warunki dotyczące realizacji określonych wyników, wymagane do wydania akcji uczestnikom programu. Jednocześnie efekt ten nie był rozwodniający w okresie zakończonym 31 grudnia 2022 r., ponieważ zmniejszyłby stratę netto przypadającą na jedną akcję.



Niniejszy dokument nie stanowi wiążącej wersji rocznego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu. Oficjalna wersja Sprawozdania Rocznej Grupy Allegro.eu, zawierająca roczne Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe i uzupełniające je sprawozdanie rewidenta, zawarta jest w pakiecie sprawozdawczym, który można znaleźć na stronie internetowej Allegro.eu. W przypadku rozbieżności między niniejszą wersją a pakietem sprawozdawczym wiążący jest pakiet sprawozdawczy.

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).

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

OPROGRAMOWANIE

Oprogramowanie zakupione odrębnie jest ujmowane początkowo według kosztu nabycia lub według wartości godziwej ustalonej na dzień nabycia, jeśli zostało ujęte w momencie połączenia jednostek gospodarczych. W późniejszych okresach powyższe wartości niematerialne i prawne są wyceniane według kosztu pomniejszonego o umorzenie i ewentualne odpisy z tytułu utraty wartości. Większość oprogramowania ma ograniczony okres użytkowania wynoszący do 10 lat. Amortyzację nalicza się metodą liniową w celu rozłożenia kosztu na szacowany okres ekonomicznej użyteczności.

Następujące elementy oprogramowania zostały nabyte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych i podlegają amortyzacji:

ZNAKI TOWAROWE I DOMENY

Nabyte odrębnie znaki towarowe i domeny ujmuje się początkowo według kosztu nabycia lub według wartości godziwej przy zastosowaniu metody hipotetycznych opłat licencyjnych (ang. Royalty Relief Method), jeśli zostały ujęte w ramach połączenia jednostek gospodarczych. Znaki towarowe wyceniane są według kosztu historycznego (lub w początkowej wartości godziwej) pomniejszonego o amortyzację i odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości. Znaki towarowe o określonym okresie użytkowania są amortyzowane metodą liniową przez szacowany okres ich ekonomicznej użyteczności. Znaki towarowe o nieokreślonym okresie użytkowania nie są amortyzowane, lecz podlegają corocznym testom na utratę wartości.

W bieżącym okresie sprawozdawczym Grupa dokonała ponownej oceny okresu użytkowania domeny Allegro.pl i znaku towarowego i zmieniła go z określonego na nieokreślony (więcej informacji w Nocie 29).

Na dzień 31 grudnia 2023 r. najważniejsze znaki towarowe i domeny wraz z odpowiadającymi im okresami użytkowania przedstawiały się następująco:

Znak towarowy i domena	Data nabycia	Szacowany okres ekonomicznej użyteczności
Allegro	18 stycznia 2017 r.	nieokreślony
Ceneo	18 stycznia 2017 r.	10 lat
eBilet	19 kwietnia 2019 r.	15 lat
Opennet	27 października 2020 r.	15 lat
Internet Mall d o.o.	01 kwietnia 2022 r.	3 lata
Mimovrste	01 kwietnia 2022 r.	3 lata
WE DO	01 kwietnia 2022 r.	3 lata

Znak towarowy i domena Allegro, przedstawione w powyższej tabeli, stanowią indywidualnie istotne aktywa o wartości bilansowej 778 060 PLN na dzień 31 grudnia 2023 r.

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, MPPE), a ich wartość bilansowa jest na-

stępnie pomniejszana przez odpisy amortyzacyjne i odpisy z tytułu utraty wartości. Relacje z klientami amortyzowane są metodą liniową. Na dzień 31 grudnia 2023 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 lata
eBilet	19 kwietnia 2019 r.	15 lat
Opennet	27 października 2020 r.	15 lat
Internet Mall.sk	01 kwietnia 2022 r.	20 lat
Internet Mall.cz	01 kwietnia 2022 r.	20 lat
Mimovrste	01 kwietnia 2022 r.	20 lat
Allegro.sk	n/d ^[1]	20 lat
Allegro.cz	n/d ^[1]	20 lat

[1] realokowane z Mall (patrz Nota 29.2)

Relacje z klientami Allegro, przedstawione w powyższej tabeli, stanowią indywidualnie istotne aktywa o wartości bilansowej 1 814 044 PLN na dzień 31 grudnia 2023 r.

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, są ujmowane jako koszty w momencie ich poniesienia. 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, projektowaniu lub 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 i pozostałe koszty wraz z powiązanymi narzutami w odniesieniu 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.

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 ujmuje 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, 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 PLN, który w całości odnosi się do wartości firmy powstałej w wyniku transakcji przejęcia Grupy Mall i WE|DO.

Na dzień 31 grudnia 2023 r. Grupa przeprowadziła coroczny test na utratę wartości w odniesieniu do wartości firmy. W rezultacie w odniesieniu do ośrodków wypracowujących środki pieniężne Mall North i CZC dokonano odpisu aktualizującego z tytułu utraty wartości w odniesieniu do wartości niematerialnych i prawnych w kwocie 629 332 PLN (patrz Nota 29). Odpis z tytułu utraty wartości został przypisany w pierwszej kolejności do wartości firmy, a następnie proporcjonalnie do innych wartości niematerialnych i prawnych (oprogramowanie, znak towarowy i relacje z klientami).

	Wartość firmy	Relacje z klientami	Znaki towarowe i inne prawa	Oprogramowanie komputerowe i licencje	Koszty rozwoju oprogramowania	Oprogramowanie w fazie rozwoju	Inne	Razem
Koszt na dzień 01.01.2023 po przekształceniu ^[1]	11 113 837	4 000 525	1 808 978	1 359 335	753 732	185 052	73 019	19 294 479
Zwiększenia	—	—	—	9 171	—	371 975	20 282	401 428
Zmniejszenia	—	—	—	(2 986)	—	—	(633)	(3 619)
Przeniesienie z prac rozwojowych	—	—	—	32 128	306 242	(336 670)	(1 700)	—
Reklasyfikacja	—	—	—	—	—	—	—	—
Różnice kursowe	(230 335)	(96 199)	(26 098)	(28 765)	—	(3 867)	(186)	(385 450)
Inne zmiany	—	—	—	(2 850)	—	—	513	(2 337)
Koszt na dzień 31.12.2023	10 883 502	3 904 326	1 782 880	1 366 033	1 059 974	216 490	91 295	19 304 501
Umorzenie na dzień 01.01.2023	—	(906 280)	(645 967)	(656 695)	(267 797)	—	(64 492)	(2 541 231)
Amortyzacja	—	(198 722)	(141 907)	(188 207)	(181 280)	—	(19 920)	(730 037)
Zmniejszenie	—	—	—	889	—	—	633	1 523
Różnice kursowe	—	7 204	9 816	7 964	—	—	35	25 019
Inne zmiany	—	—	—	(11 901)	—	—	16 762	4 861
Umorzenie na dzień 31.12.2023	—	(1 097 798)	(778 058)	(847 950)	(449 077)	—	(66 982)	(3 239 865)
Odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości na dzień 01.01.2023	(2 248 688)	—	—	—	(274)	(8 808)	—	(2 257 770)
Odpis aktualizujący z tytułu utraty wartości	(30 574)	(312 211)	(116 170)	(177 312)	—	(1 614)	(2 634)	(640 515)
Zmniejszenia	—	—	—	—	—	7 160	2 634	9 794
Różnice kursowe	211 900	—	—	1 063	—	—	—	212 963
Odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości na dzień 31.12.2023	(2 067 362)	(312 211)	(116 170)	(176 249)	(274)	(3 262)	—	(2 675 528)
Wartość bilansowa na dzień 31.12.2023	8 816 140	2 494 317	888 652	341 834	610 623	213 228	24 313	13 389 108

[1] szczegółowe informacje w Nocie 3.2.3.

	Wartość firmy	Relacje z klientami	Znaki towarowe i inne prawa	Oprogramowanie komputerowe i licencje	Koszty rozwoju oprogramowania	Oprogramowanie w fazie rozwoju	Inne	Razem
Koszt na dzień 01.01.2022	8 669 569	2 912 512	1 513 562	1 053 824	451 207	142 317	51 727	14 794 718
Zwiększenia	—	—	4 228	38 951	—	322 984	21 126	387 289
Zwiększenia wynikające z połączenia jednostek gospodarczych	2 401 089	1 065 213	284 802	260 923	—	9 579	453	4 022 060
Zmniejszenia	—	—	—	(38)	—	—	(19)	(57)
Przeniesienie z prac rozwojowych	—	—	—	5 823	288 408	(292 444)	(1 788)	—
Reklasyfikacja	—	—	1 006	—	—	—	(1 006)	—
Różnice kursowe	43 179	22 800	5 379	5 326	—	168	12	76 864
Inne zmiany	—	—	—	(5 474)	14 117	2 447	2 514	13 604
Koszt na dzień 31.12.2022 po przekształceniu ^[1]	11 113 837	4 000 525	1 808 978	1 359 335	753 732	185 052	73 019	19 294 478
Umorzenie na dzień 01.01.2022	—	(712 467)	(488 800)	(520 976)	(140 560)	—	(32 043)	(1 894 846)
Amortyzacja	—	(191 610)	(155 799)	(132 761)	(119 721)	—	(32 108)	(631 999)
Różnice kursowe	—	(546)	(650)	(318)	—	—	(204)	(1 718)
Reklasyfikacja	—	—	(17)	—	—	—	17	—
Inne zmiany	—	(1 657)	(702)	(2 641)	(7 515)	—	(153)	(12 668)
Umorzenie na dzień 31.12.2022	—	(906 280)	(645 967)	(656 695)	(267 797)	—	(64 492)	(2 541 231)
Odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości na dzień 01.01.2022	—	—	—	—	(274)	—	—	(274)
Odpis aktualizujący z tytułu utraty wartości	(2 293 000)	—	—	—	—	(8 808)	—	(2 301 808)
Różnice kursowe	44 312	—	—	—	—	—	—	44 312
Odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości na dzień 31.12.2022	(2 248 688)	—	—	—	(274)	(8 808)	—	(2 257 770)
Wartość bilansowa na dzień 31.12.2022 po przekształceniu ^[1]	8 865 149	3 094 245	1 163 010	702 640	485 661	176 244	8 528	14 495 477

W prezentowanych okresach Grupa nie kapitalizowała żadnych kosztów odsetkowych ani różnic kursowych.

[1] szczegółowe informacje w Nocie 3.2.3.

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 4-20 lat
- Wyposażenie magazynów 2-10 lat
- Automaty paczkowe 7-12 lat
- Grunty (aktywa z tytułu prawa do użytkowania) 2-8 lat
- Środki transportu 5-7 lat
- Pozostałe 2-5 lat

Na koniec każdego okresu sprawozdawczego dokonuje się weryfikacji wartości końcowej i okresów ekonomicznej użyteczności rzeczowych aktywów trwałych i w razie potrzeby dokonuje się ich korekty. W bieżącym roku nie wystąpiły znaczące zmiany okresu użytkowania. 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 ujęto żadnych istotnych zmniejszeń.

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.

	Budynki	Komputery i wyposażenie biura	Wyposażenie magazynów	Automaty paczkowe	Grunt	Inne środki trwałe	Środki trwałe w budowie	Razem
Koszt na dzień 01.12.2023	785 939	389 235	64 471	173 706	76 732	91 490	39 646	1 621 218
Zwiększenia	11 190	28 211	7 299	30 048	32 498	142	17 884	127 272
Zmniejszenia	(56 600)	(5 644)	(5 838)	(497)	(358)	(145)	—	(69 081)
Przyjęcia ze środków trwałych w budowie	439	5 662	6 569	33 011	—	—	(45 682)	—
Przeszacowanie opłat leasingowych	62 130	455	—	—	4 310	(26)	—	66 869
Różnice kursowe	32 481	(28 274)	(7 377)	—	—	(9 208)	(407)	(12 786)
Reklasyfikacja	—	—	76 378	—	—	(76 378)	—	—
Inne zmiany	(1 537)	—	(527)	—	—	111	(1 163)	(3 116)
Koszt na dzień 31.12.2023	834 042	389 645	140 975	236 268	113 181	5 986	10 278	1 730 376
Umorzenie na dzień 01.12.2023	(216 722)	(180 034)	(7 299)	(10 389)	(12 423)	(16 246)	—	(443 479)
Amortyzacja	(120 226)	(60 014)	(22 596)	(20 024)	(19 560)	(1 656)	—	(244 077)
Zmniejszenia	51 867	5 109	4 351	52	175	144	—	61 697
Różnice kursowe	(1 904)	(7 560)	1 788	—	—	(480)	—	(8 155)
Reklasyfikacja	—	—	(13 959)	—	—	13 959	—	—
Umorzenie na dzień 31.12.2023	(286 985)	(242 499)	(37 715)	(30 361)	(31 808)	(4 279)	—	(634 013)
Odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości na dzień 01.12.2023	(3 153)	(3 727)	—	—	—	(1 983)	(365)	(8 863)
Odpis aktualizujący z tytułu utraty wartości	(9 347)	—	—	—	—	—	—	(9 347)
Zmniejszenia	2 340	3 677	—	—	—	1 983	365	8 364
Różnice kursowe	591	50	—	—	—	—	—	641
Odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości na dzień 31.12.2023	(9 569)	—	—	—	—	—	—	(9 204)
Wartość bilansowa na dzień 31.12.2023	537 488	147 146	103 260	205 907	81 373	1 707	10 278	1 087 159

Niniejszy dokument nie stanowi wiążącej wersji rocznego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu. Oficjalna wersja Sprawozdania Rocznej Grupy Allegro.eu, zawierająca roczne Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe i uzupełniające je sprawozdanie rewidenta, zawarta jest w pakiecie sprawozdawczym, który można znaleźć na stronie internetowej Allegro.eu. W przypadku rozbieżności między niniejszą wersją a pakietem sprawozdawczym wiążący jest pakiet sprawozdawczy.

	Budynki	Komputery i wyposażenie biura	Wyposażenie magazynów	Automaty paczkowe	Grunt	Inne środki trwałe	Środki trwałe w budowie	Razem
Koszt na dzień 01.01.2022	325 334	246 788	—	70 065	—	1 638	72 182	716 007
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
Zmniejszenia	(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)	—
Przeszacowanie opłat leasingowych	(5 314)	—	—	—	592	381	—	(4 342)
Zachęty leasingowe	(17 022)	—	—	—	—	—	—	(17 022)
Różnice kursowe	3 027	59	—	—	—	1 247	196	4 530
Reklasyfikacja	—	(11 397)	11 397	(28 260)	28 260	—	—	—
Koszt na dzień 31.12.2022	785 939	389 235	64 471	173 706	76 732	91 490	39 646	1 621 218
Umorzenie na dzień 01.01.2022	(139 491)	(129 954)	—	(1 649)	—	(756)	—	(272 198)
Amortyzacja	(131 144)	(68 757)	(3 579)	(10 259)	(10 944)	(15 291)	—	(239 993)
Amortyzacja zbytych aktywów	54 377	16 078	9	10	30	182	—	70 686
Różnice kursowe	(465)	(1 130)	—	—	—	(381)	—	(1 974)
Reklasyfikacja	—	3 729	(3 729)	1 509	(1 509)	—	—	—
Umorzenie na dzień 31.12.2022	(216 722)	(180 034)	(7 299)	(10 389)	(12 423)	(16 246)	—	(443 479)
Odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości na dzień 01.01.2022	—	—	—	—	—	—	(348)	—
Odpis aktualizujący z tytułu utraty wartości	(3 153)	(3 727)	—	—	—	(1 983)	(17)	(8 863)
Odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości na dzień 31.12.2022	(3 153)	(3 727)	—	—	—	(1 983)	(365)	(8 863)
Wartość bilansowa na dzień 31.12.2023	566 063	205 475	57 172	163 317	64 308	73 260	39 281	1 168 877

15. Zapasy

Wartość zapasów Grupy była następująca:

	31.12.2023	31.12.2022
Towary	320 569	513 698
Materiały	299	4 162
Odpis aktualizujący wartość towarów wolno rotujących	(20 714)	(21 240)
Razem	300 154	496 620

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 obniżek. 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 526 PLN (15 583 PLN w 2022 r.):

Odpisy ujmują się w kosztach sprzedanych towarów w sprawozdaniu z całkowitych dochodów.

16. Należności handlowe oraz pozostałe należności

Wartość należności handlowych oraz pozostałych należności Grupy była następująca:

	31.12.2023	31.12.2022
Należności handlowe, brutto	994 605	1 216 591
Utrata wartości należności handlowych	(86 615)	(116 942)
Należności handlowe, netto	907 990	1 099 649
Pozostałe należności	123 208	127 703
Należności z tytułu VAT	14 934	12 601
Należności z tytułu podatku	32 210	88 321
Razem	1 078 342	1 328 274

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. W 2023 r. Grupa rozpoczęła stopniowe wprowadzanie mechanizmu potrącania prowizji, skutkującego priorytetowym pobieraniem prowizji od sprzedaży uzyskanej na platformach handlowych z wpływów, które sprzedawca otrzymuje od klienta. Przełożyło się to na znaczący spadek należności handlowych, a także zmniejszenie ryzyka kredytowego ponoszonego przez Grupę. Należności handlowe ujmują 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, Ceneo i Allegro Pay dokonują ubруттовienia podatku u źródła od swoich płatności odsetkowych i przekazują ten podatek do organów podatkowych. W 2023 r. Allegro otrzymało od organów podatkowych zwrot podatku u źródła w wysokości 138 303 PLN,

a następnie tzw. opinię o stosowaniu zwolnienia / preferencji, na podstawie której Allegro nie musi stosować powyższego mechanizmu zapłaty i zwrotu w odniesieniu do płatności odsetek dokonanych w okresie od grudnia 2023 r. do grudnia 2026 r. Wnioski o zwrot w Ceneo (295 PLN), Allegro Pay (6 683 PLN) i Allegro za IV kwartał 2023 r. (25 014 PLN) są w trakcie rozpatrywania.

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 odpisów netto z tytułu utraty

wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów w sprawozdaniu z całkowitych dochodów. W porównaniu z rokiem poprzednim, rezerwa na utratę wartości zmniejszyła się o 30 327 PLN w roku zakończonym 31 grudnia 2023 r. w porównaniu do wzrostu o 21 481 PLN w roku zakończonym 31 grudnia 2022 r.

17. Przedpłaty

Wartość rozliczeń międzyokresowych czynnych Grupy była następująca:

	31.12.2023	31.12.2022
Licencje	26 864	27 823
Ubezpieczenia	9 320	12 245
Wsparcie techniczne	9 689	5 368
Usługi dostawy	8 222	12 985
Depozyty leasingowe	1 855	1 291
Inne	13 638	10 017
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe czynne	69 588	69 729
Rozliczenia międzyokresowe czynne razem	69 588	69 729

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. Dodatkowo abonenci Smart! mogą zaciągnąć 2-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”.

ZMIANA MODELU BIZNESOWEGO

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 S.A. („Aion”, „Aion Bank”). W rezultacie instrumenty te zostały 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 („FVTPL”) w pierwszym dniu pierwszego okresu sprawozdawczego po zmianie modelu biznesowego, który przypada na 1 stycznia 2023 r.

W rezultacie na dzień 31 grudnia 2023 r. wszystkie pożyczki konsumenckie są wyceniane w wartości godziwej przez wynik finansowy.

18.1. Pożyczki konsumenckie wyceniane w wartości godziwej przez wynik finansowy

Poniższa tabela przedstawia pożyczki konsumenckie wycenione i ujęte w wartości godziwej na dzień 31 grudnia 2023 r. i 31 grudnia 2022 r.

Pożyczki konsumenckie wyceniane w wartości godziwej przez wynik finansowy (FVTPL) na dzień 01.01.2023	209 335
Przeklasyfikowane z kategorii wyceny według zamortyzowanego kosztu (zmiana modelu biznesowego)	157 540
Pożyczki konsumenckie wyceniane w wartości godziwej przez wynik finansowy (FVTPL) na dzień 01.01.2023	366 875
Nowoudzielone pożyczki konsumenckie	8 323 922
Wycena w wartości godziwej	65 243
Pożyczki konsumenckie wyksięgowane (splacone)	(3 604 149)
Pożyczki konsumenckie wyksięgowane (sprzedane)	(4 748 630)
Pożyczki konsumenckie wyceniane w wartości godziwej przez wynik finansowy (FVTPL) na dzień 31.12.2023	403 261
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 (splacone)	(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

Wycena w 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.

Niektóre z tych pożyczek mogą zostać spłacone przed terminem, zanim zostaną przeniesione do Aion Bank, jednak nie ma to wpływu na cele Grupy w zakresie zarządzania tymi pożyczkami.

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 2023 r. została sprzedana partnerowi finansującemu po zakończeniu roku, przy czym nie ujęto żadnego istotnego wyniku z tytułu tej sprzedaży.

W 2023 r. Grupa zaczęła prezentować oddzielnie wyniki ze sprzedaży pożyczek konsumenckich oraz zyski wynikające z ich wyceny do wartości godziwej na koniec okresu sprawozdawczego, które są obecnie ujmowane w pozycji „Pozostałe przychody operacyjne”. Ta nowa pozycja sprawozdania finansowego została wyodrębniona w odniesieniu do 2023 r. ze względu na jej zwiększoną istotność. Kwoty za okres porównawczy nie były istotne, w związku z czym sprawozdanie z całkowitych dochodów za 2022 r. nie zostało przekształcone.

W 2023 roku Grupa zrealizowała transakcje 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 roku zakończonym 31 grudnia 2023 r. i w okresach porównawczych nie nastąpiło przeniesienie do lub z poziomu 3 w hierarchii wartości godziwej.

18.2. Pożyczki konsumenckie wyceniane według zamortyzowanego kosztu

Po zmianie modelu biznesowego Grupa na grudzień 2023 r. nie posiada już żadnych pożyczek konsumenckich wycenianych według zamortyzowanego kosztu.

Wartość bilansowa 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.

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 zamortyzowanego 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 1	—	—	—	—
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 (sprzedaż)	(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
ECL 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 1	—	—	—	—
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 zamortyzowanego 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 zamortyzowanego kosztu na dzień 31.12.2022	156 687	739	115	157 540

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”.



19. Środki pieniężne i ich ekwiwalenty

Na dzień bilansowy środki pieniężne i ich ekwiwalenty obejmowały:

	31.12.2023	31.12.2022
Środki pieniężne w banku	526 354	361 096
Depozyty bankowe	1 321 901	393 056
Ekwiwalenty środków pieniężnych	200 867	123 407
Razem	2 049 122	877 559

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.

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:

	31.12.2023	31.12.2022
Długoterminowe	6 064 785	6 451 821
<i>Pożyczki</i>	6 064 785	6 451 821
Krótkoterminowe	2 702	1 706
<i>Pożyczki</i>	2 702	1 706
Kredyty i pożyczki razem	6 067 487	6 453 527

Poniższa tabela przedstawia szczegółowe informacje na temat zadłużenia Grupy odpowiednio na dzień 31 grudnia 2023 r. i 31 grudnia 2022 r.:

Kredyto-dawca	Rodzaj	Waluta	Data początkowej umowy	Oprocentowanie	Wartość nominalna	Wartość bilansowa na dzień 31.12.2023	Termin spłaty	Kowenanty
Banki	Kredyt Terminowy B	PLN	29 września 2020 r.	WIBOR 3M + marża wynikająca z tabeli marż	5 257 000	5 080 663	14 października 2027 r.	Wskaźnik dźwigni finansowej netto nie przekroczy wskaźnika określonego w umowie
	Kredyt dodatkowy	PLN	09 grudnia 2021 r.	WIBOR 3M + marża wynikająca z tabeli marż	1 000 000	986 824	14 października 2027 r.	Wskaźnik dźwigni finansowej netto nie przekroczy wskaźnika określonego w umowie
Kredyto-dawca	Rodzaj	Waluta	Data początkowej umowy	Oprocentowanie	Wartość nominalna	Wartość bilansowa na dzień 31.12.2022	Termin spłaty	Kowenanty
Banki	Kredyt Terminowy B	PLN	29 września 2020 r.	WIBOR 3M + marża wynikająca z tabeli marż	5 500 000	5 440 424	14 października 2025 r.	Wskaźnik dźwigni finansowej netto nie przekroczy wskaźnika określonego w umowie
	Kredyt dodatkowy	PLN	09 grudnia 2021 r.	WIBOR 3M + marża wynikająca z tabeli marż	1 000 000	1 013 103	14 października 2025 r.	Wskaźnik dźwigni finansowej netto nie przekroczy wskaźnika określonego w umowie

Kwoty kapitału kredytów Grupy podlegają spłacie jednorazowej w terminie wymagalności. Odsetki od kredytów są płatne według rocznej stopy procentowej równej stawce WIBOR powiększonej o marżę.

Na dzień 31 grudnia 2023 r. i 2022 r. Grupa posiadała następujące niewykorzystane kredyty odnawialne:

Kredyto-dawca	Rodzaj	Waluta	Data początkowej umowy	Oprocentowanie	Wartość nominalna	Wartość bilansowa na dzień 31.12.2023	Kowenanty
Banki	Pierwotny kredyt odnawialny	PLN	29 września 2020 r.	WIBOR 3M + marża wynikająca z tabeli marż	500 000	niewykorzystany	Wskaźnik dźwigni finansowej netto nie przekroczy wskaźnika określonego w umowie
	Dodatkowy kredyt odnawialny	PLN	03 marca 2022 r.	WIBOR 3M + marża wynikająca z tabeli marż	500 000	niewykorzystany	Wskaźnik dźwigni finansowej netto nie przekroczy wskaźnika określonego w umowie

Po dokonaniu spłaty kredytów odnawialnych mogą one być ponownie wykorzystywane do dnia 14 października 2027 r.

W dniu 6 listopada 2023 r. Grupa podpisała aneks i przedłużyła termin zapadalności wszystkich kredytów (w tym niewykorzystanych kredytów odnawialnych) w odniesieniu do łącznej kwoty kapitału w wysokości 7 257 500 PLN o 24 miesiące do dnia 14 października 2027 r. i jednocześnie dokonała przedterminowej spłaty w wysokości 242 500 PLN. Pierwotny termin spłaty kredytów przypadał na październik 2025 r. Przedterminowa spłata została dokonana z wykorzystaniem środków z jednego z dostępnych kredytów odnawialnych, który został zaciągnięty w listopadzie 2023 r. w kwocie 245 000 PLN, a następnie spłacony w dniu 29 grudnia 2023 r. Pozostałe warunki umów kredytowych pozostają niezmienione.

Transakcja refinansowania została ujęta jako nieistotna modyfikacja zobowiązania finansowego, ponieważ nie zostały spełnione kryteria usunięcia z bilansu. Spowodowało to ujęcie niepieniężnej korekty wartości bilansowej kredytów i pożyczek wycenianych według zamortyzowanego kosztu w kwocie 76 097 PLN, wykazanej jako przychody finansowe, wynikające głównie z odroczenia spłaty ryczałtowej kwoty kapitału o dwa lata, skompensowanej dodatkowymi wpływami odsetek przez wydłużony okres.

20.1 Zasady rachunkowości

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.

Wartości godziwe kredytów i pożyczek (ustalone przy użyciu stopy dyskontowej 7,88%) nie różnią 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). Wszystkie dane wejściowe istotne dla wyceny wartości godziwej są sklasyfikowane na poziomie 2.

Na dzień 31 grudnia 2023 r. i 31 grudnia 2022 r. Grupa była stroną ośmiu kontraktów swap, wyznaczonych jako zabezpieczenie przepływów pieniężnych, mających na celu ograniczenie narażenia na ryzyko stóp procentowych. (patrz Nota 30.1)

20.2 Przestrzeganie kowenantów kredytowych

Grupa Allegro.eu przestrzegała kowenantów finansowych dotyczących swoich kredytów w okresach sprawozdawczych 2023 i 2022, a także w okresie od dnia bilansowego do dnia zatwierdzenia niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego.

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:

	31.12.2023	31.12.2022
Amortyzacja	(131 697)	(137 721)
Koszty odsetkowe	(28 952)	(23 314)
Koszty leasingu krótkoterminowego	(296)	(336)
Razem	(160 945)	(161 371)

21.2. Kwoty ujęte w sprawozdaniu z sytuacji finansowej

Zmiany stanu aktywów z tytułu prawa do użytkowania w ciągu roku obrotowego:

	Leasing budyneków	Leasing komputerów i wyposażenia biura	Leasing środków transportu	Grunty dzierżawione	Razem
Koszt na dzień 01.01.2023	672 705	46 953	4 665	76 732	801 054
Zwiększenia – nowe umowy leasingu	7 981	1 609	92	32 499	42 181
Różnice kursowe	(14 337)	—	(382)	—	(14 719)
Zmniejszenia	(53 383)	(84)	(115)	(358)	(53 940)
Przeszacowanie opłat leasingowych	62 130	455	(26)	4 310	66 869
Inne	(129)	—	(157)	—	(287)
Koszt na dzień 31.12.2023	674 968	48 932	4 076	113 183	841 158
Umorzenie na dzień 01.01.2023	(205 471)	(12 035)	(978)	(12 423)	(230 907)
Amortyzacja	(98 344)	(12 175)	(1 619)	(19 560)	(131 697)
Zmniejszenie	49 698	45	115	175	50 033
Różnice kursowe	4 389	—	(383)	—	4 007
Umorzenie na dzień 31.12.2023	(249 728)	(24 166)	(2 866)	(31 808)	(308 566)
Odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości na dzień 01.01.2023	(3 060)	—	—	—	(3 060)
Odpis aktualizujący z tytułu utraty wartości	(1 268)	—	—	—	(1 268)
Różnice kursowe	162	—	—	—	162
Odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości na dzień 31.12.2023	(4 165)	—	—	—	(4 165)
Wartość bilansowa na dzień 31.12.2023	421 075	24 766	1 210	81 375	528 426

	Leasing budyneków	Leasing komputerów i wyposażenia biura	Leasing środków transportu	Grunty dzierżawione	Razem
Koszt na dzień 01.01.2022	302 400	19 829	304	28 260	350 793
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	2 873	—	75	—	2 948
Zmniejszenia	(49 779)	(1 243)	(67)	(230)	(51 319)
Przeszacowanie opłat leasingowych	(5 314)	—	381	592	(4 342)
Koszt na dzień 31.12.2022	672 705	46 953	4 665	76 732	801 054
Umorzenie na dzień 01.01.2022	(134 847)	(4 270)	(250)	(1 509)	(140 876)
Amortyzacja	(117 522)	(8 535)	(719)	(10 944)	(137 721)
Zmniejszenie	47 234	771	—	30	48 035
Różnice kursowe	(336)	—	(8)	—	(344)
Umorzenie na dzień 31.12.2022	(205 471)	(12 035)	(978)	(12 423)	(230 907)
Odpis aktualizujący z tytułu utraty wartości	(3 060)	—	—	—	(3 060)
Odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości na dzień 31.12.2022	(3 060)	—	—	—	(3 060)
Wartość bilansowa na dzień 31.12.2022	464 174	34 918	3 687	64 308	567 087

Aktywa z tytułu prawa do użytkowania zaprezentowane są w sprawozdaniu z sytuacji finansowej w pozycji rzeczowych aktywów trwałych.

Zmiany stanu zobowiązań leasingowych w ciągu roku obrotowego:

Stan na 31.12.2023	
Wartość początkowa leasingu	690 181
Przeszacowanie opłat leasingowych	66 869
Opłaty leasingowe	(137 134)
Zwiększenia – nowe umowy leasingu	42 151
Zmniejszenia	(3 252)
Koszty odsetkowe	28 952
Zapłata odsetek	(28 952)
Wycena walutowa	(41 671)
Inne	438
Zobowiązania z tytułu leasingu	617 582
Stan na 31.12.2022	
Wartość początkowa leasingu	251 142
Przeszacowanie opłat leasingowych	(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

21.3. Kwoty ujęte w sprawozdaniu z przepływów pieniężnych w związku z leasingiem

Łączne płatności gotówkowe z tytułu kapitału i odsetek wyniosły 166 087 PLN w 2023 r. oraz 105 444 PLN w 2022 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. 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 lub stawce,
- kwoty, których zapłaceniami 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.

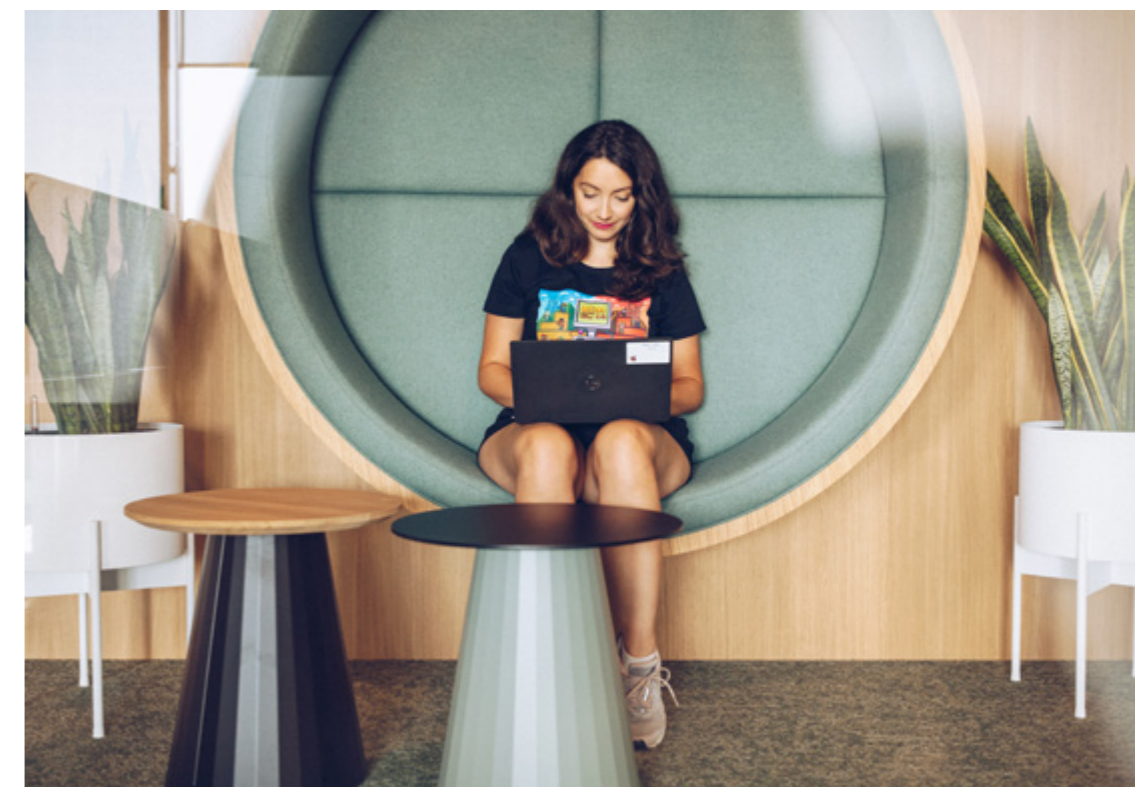
Grupa rozważyła wszystkie istotne fakty i okoliczności, które stwarzają ekonomiczną zachętę zarówno dla leasingobiorcy jak i leasingodawcy do nieskorzystania z opcji wcześniejszego zakończenia umowy. Wszystkie umowy leasingowe są zawierane zgodnie z tą samą strategią biznesową i podlegają tej samej analizie 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 w odniesieniu do niewykorzystanych strat podatkowych, 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:

	31.12.2023	31.12.2022
Rozliczenia międzyokresowe kosztów	156 924	111 548
Zobowiązania z tytułu leasingu	105 915	104 576
Zobowiązania wobec pracowników i płatności w formie akcji	41 558	30 277
Utrata wartości należności handlowych	11 784	16 842
Pozostałe pozycje	30 318	25 707
Razem aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	346 499	288 950
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego zgodnie z zasadami kompensowania	(313 042)	(272 655)
Aktywa netto z tytułu odroczonego podatku dochodowego	33 457	16 295

	Rozliczenia międzyokresowe kosztów	Zobowiązania wobec pracowników i płatności w formie akcji	Inne	Kompensata	Razem
Stan na 01.01.2023	111 548	30 277	147 125	(272 655)	16 295
(Obciążenie)/uznanie wyniku finansowego	45 376	7 051	892	(40 387)	12 932
(Obciążenie)/uznanie pozostałych kapitałów rezerwowych	—	5 242	—	—	5 242
(Obciążenie)/uznanie innych całkowitych dochodów	—	(856)	—	—	(856)
Różnice kursowe	—	(156)	—	—	(156)
Stan na 31.12.2023	156 924	41 558	148 017	(313 042)	33 457
Stan na 01.01.2022	87 826	24 215	77 640	(185 103)	4 579
Ujęte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych	—	—	1 536	(1 190)	346
(Obciążenie)/uznanie wyniku finansowego	23 722	3 651	70 308	(86 332)	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	147 125	(272 655)	16 295

22.2. Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego

Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego na dzień bilansowy obejmowała różnice przejściowe z tytułu następujących pozycji:

	31.12.2023	31.12.2022 dane przekształcone ^[1]
Wartości niematerialne i prawne (korekta wartości godziwej z tytułu połączenia jednostek)	754 477	935 595
Kapitał rezerwowy z wyceny zabezpieczeń	22 244	80 962
Wycena pożyczki	49 445	14 357
Rzeczowe aktywa trwałe	10 676	12 049
Leasing (aktywa z tytułu prawa do użytkowania)	86 943	84 758
Pozostałe pozycje	58 723	30 003
Razem rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	982 508	1 157 724
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego zgodnie z zasadami kompensowania	(313 042)	(272 655)
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego netto	669 466	885 069

[1] szczegółowe informacje w Nocie 3.2.3.

	Wartości niematerialne i prawne (korekta wartości godziwej z tytułu połączenia jednostek)	Kapitał rezerwowy z wyceny zabezpieczeń	Wycena pożyczki, Leasing, Rzeczowe aktywa trwałe i inne pozycje	Kompensata	Razem
Na dzień 01.01.2023 po przekształceniu ^[1]	935 595	80 962	141 167	(272 655)	885 069
Obciążenie/(uznanie) wyniku finansowego	(156 079)	—	64 977	(40 387)	(131 490)
Obciążenie/(uznanie) innych całkowitych dochodów	—	(58 718)	—	—	(58 718)
Różnice kursowe	(25 039)	—	(357)	—	(25 396)
Stan na 31.12.2023	754 477	22 244	205 787	(313 042)	669 466
Stan na 01.01.2022	652 923	54 119	86 859	(185 104)	608 797
Ujęte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych	301 435	—	—	(1 190)	300 245
Obciążenie/(uznanie) wyniku finansowego	(24 671)	—	54 308	(86 332)	(56 695)
Obciążenie/(uznanie) innych całkowitych dochodów	—	26 843	—	—	26 843
Różnice kursowe	5 908	—	—	(29)	5 880
Na dzień 31.12.2022 po przekształceniu ^[1]	935 595	80 962	141 167	(272 655)	885 069

[1] szczegółowe informacje w Nocie 3.2.3.

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:

	31.12.2023	31.12.2022
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	346 499	288 950
– długoterminowe	115 683	113 780
– krótkoterminowe	230 816	175 170
Kompensata	(313 042)	(272 655)
Razem	33 457	16 295
	31.12.2023	31.12.2022 dane przekształcone ^[1]
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	982 508	1 157 724
– długoterminowe	810 076	997 168
– krótkoterminowe	172 432	160 556
Kompensata	(313 042)	(272 655)
Razem	669 466	885 069

[1] szczegółowe informacje w Nocie 3.2.3.



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.

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 niezdyktowaną 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:

- 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 ujmują 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.

PROGRAM OKREŚLONYCH SKŁADEK – ZAKŁAD UBEZPIECZEŃ SPOŁECZNYCH (SKŁADKI NA UBEZPIECZENIA EMERYTALNE I RENTOWE)

Zgodnie z obowiązującymi przepisami Grupa odprowadza 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.

PŁATNOŚCI W FORMIE AKCJI

Grupa Allegro.eu prowadzi dla swoich pracowników programy płatności w formie akcji rozliczane w instrumentach kapitałowych. 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. Opis istniejącego Programu Motywacyjnego Allegro Incentive Plan rozliczane go w instrumentach kapitałowych przedstawiono w Nocie 27.2.

23.1. Zmiany stanu zobowiązań wobec pracowników

Wystąpiły następujące zmiany zobowiązań wobec pracowników:

	01.01.2022.	Przejęcie w ramach połączenia jednostek gospodarczych	Zwiększenie	Rozwiązanie	Wykorzystanie	31.12.2022	Zwiększenie	Rozwiązanie	Wykorzystanie	Różnice kursowe	31.12.2023
Pracowniczy program motywacyjny	2 073	—	—	—	(2 073)	—	—	—	—	—	—
Rezerwa na świadczenia emerytalne i rentowe	7 696	—	71	(645)	—	7 122	(2 184)	—	—	—	4 938
Długoterminowe zobowiązania wobec pracowników	9 769	—	71	(645)	(2 073)	7 122	(2 184)	—	—	—	4 938
Rezerwa na wypłatę premii	78 083	14 260	72 365	(7 490)	(66 051)	91 168	122 999	(207)	(84 123)	(1 674)	128 164
Rezerwa na premie retencyjne	—	6 579	4 979	—	(6 440)	5 120	—	—	(4 985)	(135)	—
Pracowniczy program motywacyjny	—	—	571	(44)	—	526	—	—	(526)	—	—
Rezerwa na niewykorzystane urlopy	24 605	5 964	26 701	—	(24 131)	33 138	30 933	—	(33 391)	(298)	30 381
Rezerwa na świadczenia emerytalne i rentowe	73	48	150	—	—	271	21	—	(195)	(4)	93
Rezerwa na wypłatę wynagrodzeń i pozostałe	847	16 109	29 780	(163)	(28 559)	18 013	12 494	(16 337)	(1 706)	(1 301)	11 164
Krótkoterminowe zobowiązania wobec pracowników	103 608	42 960	134 546	(7 697)	(125 181)	148 237	166 447	(16 544)	(124 926)	(3 412)	169 802
Razem	113 377	42 960	134 617	(8 342)	(127 254)	155 359	164 263	(16 544)	(124 926)	(3 412)	174 740

24. Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania

Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania na dzień bilansowy obejmowały:

	Nota	31.12.2023	31.12.2022
Zobowiązania handlowe		1 362 666	1 488 129
Zobowiązania z tytułu umów z klientami i zwrotów	9.3/9.4	239 083	218 818
Zobowiązania z tytułu VAT		159 088	136 456
Nabycie aktywów niefinansowych		26 474	13 502
Ubezpieczenia społeczne i inne zobowiązania podatkowe		38 283	36 224
Zobowiązania z tytułu podatku u źródła		2 303	28 638
Pozostałe zobowiązania		78 801	59 517
Razem		1 906 698	1 981 283

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.

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.

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 wyznaczonych jako zabezpieczenie przepływów pieniężnych, przedstawiona jest w niniejszej notcie. Zmiany innych całkowitych dochodów są prezentowane w skonsolidowanym sprawozdaniu z całkowitych dochodów.

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 zabezpieczonej 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 (pożyczki o zmiennym oprocentowaniu) i instrumentami zabezpieczającymi (IRS). Grupa nie zabezpiecza 100% swoich pożyczek, w związku z czym pozycja zabezpieczona identyfikowana jest jako proporcja udzielonych pożyczek 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. Powiązanie ekonomiczne istniejących instrumentów zabezpieczających jest w 100% skuteczne.



SWAP 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 2023 r. i na dzień 31 grudnia 2022 r. zostały przedstawione w poniższej tabeli.

Stan na 31.12.2023

Data zawarcia	Termin rozpoczęcia	Termin zakończenia	Kwota referencyjna	Stopa swapowa
16.12.2020	30.06.2022	28.06.2024	750 000	Stała stopa WIBOR 3M – 0,7075%
22.12.2020	30.06.2022	28.06.2024	1 200 000	Stała stopa WIBOR 3M – 0,6225%
22.12.2020	30.06.2022	28.06.2024	800 000	Stała stopa WIBOR 3M – 0,6150%
02.11.2021	31.12.2021	30.06.2024	1 375 000	Stała stopa WIBOR 3M – 2,6720%
23.08.2022	28.06.2024	31.10.2025	500 000	Stała stopa WIBOR 3M – 5,5720%
12.09.2022	28.06.2024	31.10.2025	500 000	Stała stopa WIBOR 3M – 5,2290%
10.01.2023	30.06.2024	31.10.2025	500 000	Stała stopa WIBOR 3M – 4,7150%
14.03.2023	30.06.2024	31.10.2025	500 000	Stała stopa WIBOR 3M – 4,7670%

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	Stała stopa WIBOR 3M – 0,7075%
22.12.2020	30.06.2022	28.06.2024	1 200 000	Stała stopa WIBOR 3M – 0,6225%
22.12.2020	30.06.2022	28.06.2024	800 000	Stała stopa WIBOR 3M – 0,6150%
02.11.2021	31.12.2021	30.06.2024	1 375 000	Stała stopa WIBOR 3M – 2,6720%
23.08.2022	28.06.2024	31.10.2025	500 000	Stała stopa WIBOR 3M – 5,7720%
12.09.2022	28.06.2024	31.10.2025	500 000	Stała stopa WIBOR 3M – 5,2290%

Po dniu bilansowym Grupa zawarła trzy nowe kontrakty swap (więcej informacji przedstawiono w Nocie 35).

Przy wyznaczaniu wartości godziwej swapów stóp procentowych Grupa stosuje metodę wartości bieżącej przyszłych przepływów pieniężnych na podstawie krzywych stóp procentowych.

Zmniejszenie stanu aktywów finansowych będących instrumentami pochodnymi oraz zwiększenie stanu zobowiązań finansowych wynika z otrzymania środ-

ków pieniężnych w kwocie 234 899 PLN w związku z rozliczeniem instrumentów zabezpieczających stopę procentową (patrz Nota 10 „Przychody i koszty finansowe”). Spadek ten był dodatkowo wzmocniony przez obniżające się oczekiwania rynkowe dotyczące przyszłych stóp procentowych, w związku z przewidywanym zbliżającym się końcem procesu zaostrzania polityki monetarnej na polskim rynku, co przełożyło się na spadek wyceny pozostałych instrumentów finansowych posiadanych przez Grupę.

WARUNKOWY WALUTOWY KONTRAKT TERMINOWY FORWARD

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.

Poniższa tabela przedstawia salda kontraktów Swapów stóp procentowych:

Pozycja bilansu	31.12.2023	31.12.2022
	Swap stóp procentowych	Swap stóp procentowych
Aktywa finansowe będące instrumentami pochodnymi – długoterminowe	—	324 626
Aktywa finansowe będące instrumentami pochodnymi – krótkoterminowe	89 191	—
Zobowiązania finansowe będące instrumentami pochodnymi – długoterminowe	13 703	224
Razem	102 894	324 850

WIRTUALNA UMOWA ZAKUPU ENERGII („VPPA”)

W grudniu 2023 r. Grupa zawarła umowę wirtualnego zakupu energii elektrycznej oraz umowę gwarancji pochodzenia („GoO”) w ramach jednego kontraktu. Kontrakt zakłada zakup gwarancji pochodzenia po stałej cenie oraz wirtualny zakup zielonej energii o przewidywanym rocznym wolumenie około 22 megawatogodzin w okresie obowiązywania kontraktu po stałej cenie 0,370 PLN za megawatogodzinę. Rozliczenia w ramach kontraktu odbywać się będą przez okres 10 lat począwszy od 1 maja 2025 roku. Część kontraktu dotycząca gwarancji GoO jest traktowana jako umowa zasadnicza, a część vPPA jest instrumentem pochodnym wbudowanym w umowę zasadniczą GoO. Oczekuje się, że zakupione gwarancje GoO będą wykorzystywane przez

Grupę. Ten wbudowany instrument pochodny nie spełnia kryteriów „ściśłego powiązania”, dlatego został oddzielony od umowy zasadniczej.

Wbudowany instrument pochodny jest początkowo wyceniany w wartości godziwej, a w późniejszych okresach w wartości godziwej przez wynik finansowy. Wycena wbudowanego instrumentu pochodnego jest klasyfikowana do poziomu 3 hierarchii wartości godziwej.

Wbudowany instrument pochodny został wyceniony w wartości godziwej (cena transakcyjna) na dzień zawarcia transakcji. Na dzień 31 grudnia 2023 r. wartość kontraktu wynosi zero, ponieważ kontrakt został podpisany na warunkach rynkowych na krótko przed datą sporządzenia niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego.

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 2023 i 2022 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	31.12.2023	31.12.2022
Aktywa finansowe wyceniane według zamortyzowanego kosztu		3 107 400	2 299 876
Pożyczki konsumenckie wyceniane według zamortyzowanego kosztu	18	—	157 540
Należności handlowe oraz pozostałe należności ^[1]	16	1 031 198	1 227 352
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	19	2 049 122	877 559
Środki pieniężne o ograniczonej możliwości dysponowania		20 087	34 257
Inwestycje		364	360
Pozostałe aktywa finansowe		6 629	2 808
Aktywa finansowe wyceniane w wartości godziwej przez wynik finansowy		403 261	209 335
Pożyczki konsumenckie wyceniane w wartości godziwej przez wynik finansowy	18	403 261	209 335
Pochodne instrumenty finansowe wyceniane w wartości godziwej przez inne całkowite dochody (FVOCI)		89 191	324 626
Pochodne instrumenty finansowe (zabezpieczenia przepływów pieniężnych)	25	89 191	324 626

[1] z wyłączeniem rozliczeń podatkowych

	Nota	31.12.2023	31.12.2022
Zobowiązania wyceniane według zamortyzowanego kosztu		8 341 961	8 821 188
Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania ^[2]	24	1 656 892	1 677 480
Kredyty i pożyczki	20	6 067 487	6 453 527
Zobowiązania leasingowe (poza zakresem MSSF 9)	21	617 582	690 181
Pochodne instrumenty finansowe wyceniane w wartości godziwej przez inne całkowite dochody (FVOCI)		13 703	224
Pochodne instrumenty finansowe (zabezpieczenia przepływów pieniężnych)	25	13 703	224

[2] z wyłączeniem przychodów przyszłych okresów i rozliczeń podatkowych

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 egzekwowlany 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

Grupa stosuje 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 nocie kwoty zostały wyrażone w PLN, a nie w tysiącach PLN.

W dniu 31 grudnia 2023 r. kapitał zakładowy Grupy składał się z 1 056 904 853 akcji zwykłych o wartości nominalnej 0,01 PLN każda i łącznej wartości nominalnej 10 569 904 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.

Struktura akcjonariatu na dzień 31 grudnia 2023 r. i 31 grudnia 2022 r. została przedstawiona w poniższej tabeli:

Nazwa	Właściciel najwyższego szczebla	31.12.2023		31.12.2022	
		Liczba akcji	Udział % w kapitale zakładowym	Liczba akcji	Udział % w kapitale zakładowym
Cidinan S.à r.l.	Cinven	228 155 845	21,59%	286 778 572	27,13%
Permira VI Investment Platform Limited	Permira	262 928 572	24,88%	286 778 572	27,13%
Mepinan S.à r.l.	Mid Europa Partners	— ^[1]	— ^[1]	63 728 574	6,03%
Pozostali akcjonariusze	n/d	565 820 436	53,53%	419 619 135	39,70%
Razem		1 056 904 853	100%	1 056 904 853	100%

Od momentu powstania Grupy w 2017 r. (kiedy to Spółka nosiła pierwotną nazwę Adinan Super Topco S.à r.l., a w 2020 r. została przemianowana na Allegro.eu s.a.) największymi indywidualnymi akcjonariuszami Grupy są fundusze private equity: Cinven i Permira.

Na dzień 31 grudnia 2023 roku i 31 grudnia 2022 roku spółka Allegro.eu S.A. nie posiadała zysków do wypłaty.

[1] W październiku 2023 r. Grupa otrzymała zawiadomienie od Mid Europa Partners, że jej udział w akcjach Grupy, posiadanych przez Mepinan S.à r.l., spadł poniżej progu 5% w wyniku zbycia udziałów w dniu 10 października 2023 r. W związku z tym pozostałe udziały posiadane przez Mepinan S.à r.l. są obecnie prezentowane w pozycji „Pozostali akcjonariusze”.

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 ta wynikają głównie z wahań liczby jednostek przyznanych w ramach programu AIP, związanych ze zmianami liczby zatrudnionych.

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.

EKWIWALENTY AKCJI ZA WYNIKI

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 KPI, 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 okresie nabywania uprawnień. 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 maksymal-

nie jednej akcji na jednostkę, nawet jeżeli Grupa przekroczyła swoje kryteria dotyczące wyników w odniesieniu do PSU. Jednostki PSU, które spełniły warunki nabycia uprawnień, zostały zaprezentowane w poniższej tabeli jako „akcje, do których nabyto uprawnienia, ale których nie przeniesiono”.

EKWIWALENTY AKCJI O OGRANICZONEJ ZBYWALNOŚCI

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.

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.

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.

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
11.04.2023	30,51	01.04.2026	25/25/50	1 193 397	26 350	3 893 422	88 399
11.04.2023	30,51	01.04.2025	50/50	—	—	127 658	2 664
02.10.2023	32,70	01.04.2026	25/25/50	—	—	65 002	1 494
Razem w 2023 r.				1 193 397	26 350	4 086 082	92 557

Poniższa tabela przedstawia wszystkie nierozliczone akcje w ramach programów motywacyjnych wprowadzonych przez Grupę:

	Liczba przyznanych akcji		
	Jednostki PSU	Jednostki RSU	Jednostki FSA
Stan na 01.01.2022	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	—
– akcje, do których nabyto uprawnienia, ale których nie przeniesiono	36 392	—	—
Nowo przyznane jednostki	1 193 397	4 086 082	—
Utracone	(263 598)	(712 307)	—
Wykonane	—	(1 175 741)	—
Stan na 31.12.2023	2 173 534	5 988 479	—
– akcje, do których nabyto uprawnienia, ale których nie przeniesiono	218 881	—	—

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 2 173 534 jednostek PSU, została oszacowana na dzień 31 grudnia 2023 r. na kwotę 19 345 PLN (20 147 PLN na dzień 31 grudnia 2022 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 2023 roku w pozostałych kapitałach rezerwowych ujęto 13 668 PLN kosztów związanych z Programem PSU, a na dzień 31 grudnia 2022 r. wartość ta wyniosła 13 554 PLN.

Łączna wartość wynagrodzenia opartego na akcjach w formie jednostek RSU, które zostanie ujęte do dnia nabycia uprawnień, w oparciu o 5 988 479 jednostek RSU, została oszacowana na dzień 31 grudnia 2023 r. na kwotę 66 503 PLN (49 040 PLN na dzień 31 grudnia 2022 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 2023 roku w pozostałych kapitałach rezerwowych ujęto 74 265 PLN kosztów związanych z Programem RSU, a na dzień 31 grudnia 2022 r. wartość ta wyniosła 49 040 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 2023 r. jednostki PSU o wartości 6 353 PLN i jednostki RSU o wartości 28 984 PLN zostały przeniesione z pozostałych kapitałów rezerwowych do kapitału zapasowego, po zakończeniu pierwszego okresu nabywania uprawnień w ramach programu AIP.

27.3. Akcje własne

Akcje własne to akcje własne Grupy, które są przechowywane przez Jednostkę dominującą w celu dystrybucji akcji dla pracowników Grupy w ramach Programu Motywacyjnego Allegro (więcej informacji przedstawiono w Nocie 27.2). Historycznie dystrybucja Akcji Własnych odbywała się według uznania funduszu Employee Benefit Trust („EBT”), który został zlikwidowany z dniem 9 czerwca 2023 r., a pozostałe akcje zostały przekazane jednostce dominującej.

W 2023 r. Grupa zakończyła dwa programy skupu akcji własnych w celu realizacji nagród przyznanych w ramach programu Allegro Incentive Plan, opisanych szczegółowo w Nocie 12.

Na dzień 31 grudnia 2023 r. Grupa była w posiadaniu 2 242 266 akcji o wartości 69 499 PLN.

Akcje Własne mają być wykorzystane do rozliczenia programu nagród dla pracowników prowadzonego obecnie przez Grupę.



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:

	31.12.2023	31.12.2022
Zobowiązania leasingowe / Aktywa z tytułu prawa do użytkowania	(42 151)	(369 047)
Razem	(42 151)	(369 047)

28.2. Uzgodnienie kredytów i pożyczek oraz leasingu

Poniższy punkt zawiera analizę i przedstawia zmiany 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 01.01.2023	(690 181)	(6 453 527)	(224)	(7 143 932)
Kapitał spleacony	137 134	487 500	—	624 634
Odsetki zapłacone	28 952	576 846	—	605 798
Zaciągnięcie kredytów i pożyczek	—	(245 000)	—	(245 000)
Zapłacona prowizja za udzielenie kredytu	—	35 460	—	35 460
Zmiany stanu środków pieniężnych	166 087	854 806	—	1 020 892
Odsetki naliczone	(28 952)	(544 863)	—	(573 815)
Aktualizacja wartości kredytów i pożyczek	—	76 097	—	76 097
Zysk/(strata) na transakcjach zabezpieczających przepływy pieniężne	—	—	(13 478)	(13 478)
Zwiększenia (nowe umowy leasingu)	(42 151)	—	—	(42 151)
Zmniejszenia	3 252	—	—	3 252
Różnice kursowe	41 671	—	—	41 671
Przeszacowanie opłat leasingowych	(66 869)	—	—	(66 869)
Inne	(438)	—	—	(438)
Zmiana stanu pozycji niepieniężnych	(93 487)	(468 766)	(13 478)	(575 731)
Stan na 31.12.2023	(617 582)	(6 067 487)	(13 703)	(6 698 772)

[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 01.01.2022	(251 142)	(5 366 298)	(12 610)	(5 630 050)
Kapitał spleacony	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*	—	—	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)	(528 063)	—	(551 377)
Aktualizacja wartości kredytów i pożyczek	—	(58 156)	—	(58 156)
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)
Przeszacowanie opłat leasingowych	4 342	—	—	4 342
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

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	31.12.2023	31.12.2022
Należności i rozliczenia międzyokresowe czynne – saldo bieżącego okresu	1 171 057	1 441 493
Należności i rozliczenia międzyokresowe czynne – saldo poprzedniego okresu	(1 441 493)	(914 830)
Salda nabyte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych – Mall i WE DO	—	(177 651)
Należności z tytułu swapa stóp procentowych	15 420	(15 420)
Inne	(4)	(13 113)
Różnice kursowe	17 323	(3 352)
(Wpływ) / wypływ z tytułu należności handlowych i pozostałych należności oraz rozliczeń międzyokresowych czynnych	(237 697)	317 127
Zmiany stanu zapasów	31.12.2023	31.12.2022
Zapasy – saldo bieżącego okresu	300 154	496 620
Zapasy – saldo poprzedniego okresu	(496 620)	(43 995)
Salda nabyte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych – Mall i WE DO	—	(410 173)
Różnice kursowe	28 153	(7 746)
(Wpływ) / wypływ z tytułu zapasów	(168 314)	34 707
Zmiany stanu pożyczek konsumenckich	31.12.2023	31.12.2022
Pożyczki konsumenckie – saldo bieżącego okresu	403 261	366 876
Pożyczki konsumenckie – saldo poprzedniego okresu	(366 876)	(358 785)
Wpływ z tytułu zobowiązań handlowych i pozostałych	36 386	8 091

Zmiana stanu zobowiązań handlowych i pozostałych	31.12.2023	31.12.2022
Zobowiązania – saldo bieżącego okresu	1 906 698	1 981 283
Zobowiązania – saldo poprzedniego okresu	(1 981 283)	(903 755)
Salda nabyte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych – Mall i WE DO	—	(523 948)
Zmiana stanu zobowiązań z tytułu nakładów inwestycyjnych	(12 972)	30 986
Inne	2 160	2 288
Różnice kursowe	50 863	(9 896)
(Wpływ) / wypływ z tytułu zobowiązań handlowych i pozostałych	(34 534)	576 958
Zmiana stanu zobowiązań wobec pracowników	31.12.2023	31.12.2022
Zobowiązania wobec pracowników – saldo bieżącego okresu	174 740	155 359
Zobowiązania wobec pracowników – saldo poprzedniego okresu	(155 359)	(113 377)
Zyski/(straty) aktuarialne – saldo bieżącego okresu	4 893	322
Zyski/(straty) aktuarialne – saldo poprzedniego okresu	(322)	1 728
Salda nabyte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych – Mall i WE DO	—	(42 960)
Różnice kursowe	(16 684)	(812)
Wpływ z tytułu zobowiązań wobec pracowników	7 268	259

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.

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 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.

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.

Utrata wartości występuje gdy wartość bilansowa danego składnika aktywów lub ośrodka wypracowującego środki pieniężne przewyższa jego wartość odzyskiwalną. Test na utratę wartości został przeprowadzony na dzień 31 grudnia 2023 r. i 31 grudnia 2022 r. W 2022 roku Grupa przeprowadziła test na utratę wartości w odniesieniu do wartości firmy powstałej w wyniku nabycia Grupy Mall na dzień 30 września 2022 r. W bieżącym okresie sprawozdawczym Grupa dostosowała terminy testów na utratę wartości segmentu operacyjnego Mall do pozostałych ośrodków wypracowujących środki pieniężne podlegających testom na utratę wartości w odniesieniu do wartości firmy.

Jednocześnie, w celu zapewnienia, aby wartość firmy była testowana pod kątem utraty wartości nie rzadziej niż co 12 miesięcy, Grupa odświeżyła test na utratę wartości na dzień 30 września 2023 roku. Powyższy test na utratę wartości, uwzględniający wpływ realokacji aktywów do nowo wyodrębnionego segmentu Allegro International, nie wykazał utraty wartości Segmentu Operacyjnego Mall.

Wartość firmy rozpoznana przez Grupę i wykazana w sprawozdaniu z sytuacji finansowej powstała w wyniku nabycia 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 SCB Warszawa sp. z o.o. oraz przejęcia Grupy Mall i We|Do.

W bieżącym okresie sprawozdawczym Grupa zmieniła okres użytkowania znaku towarowego i domeny Allegro.pl z 20 lat na czas nieokreślony, jak opisano w Nocie 29.6. Ten składnik aktywów został przetestowany pod kątem utraty wartości w ramach ośrodka wypracowującego środki pieniężne Allegro.

Żadna część rozpoznanej wartości firmy nie będzie podlegała odliczeniu dla celów podatku dochodowego.

Dla celów testów na utratę wartości Grupa zidentyfikowała dziewięć odrębnych ośrodków wypracowujących środki pieniężne (przedstawionych w tabeli poniżej), które dla celów testów na utratę wartości są testowane jako odrębne ośrodki wypracowujące środki pieniężne lub na bardziej zagregowanym poziomie.

Do momentu przejścia Grupy Mall i WE|DO ukończonego w dniu 1 kwietnia 2022 r. struktura ośrodków wypracowujących środki pieniężne Grupy obejmowała: Allegro, Ceneo i eBilet (test na utratę wartości firmy powstałej przy przejściu każdego z tych podmiotów). Te ośrodki wypracowujące środki pieniężne zostały poddane testom na utratę wartości na koniec roku zakończony 31 grudnia 2023 r. i 31 grudnia 2022 r.

Po sfinalizowaniu transakcji przejścia Grupy Mall i We|Do Grupa przypisała nabyte aktywa netto do czterech ośrodków wypracowujących środki pieniężne: Mall North, Mall South, CZC i WE|DO.

W bieżącym okresie sprawozdawczym Grupa rozpoczęła kolejny etap ekspansji na rynkach międzynarodowych, uruchamiając allegro.cz, platformę e-commerce obsługującą klientów na terytorium Republiki Czeskiej. Spowodowało to zmianę struktury wewnętrznej organizacji zarządzania i wyodrębnienie osobnego segmentu operacyjnego – Allegro International (obejmującego działalność e-commerce allegro.cz na rynku czeskim). Grupa dokonała realokacji części aktywów zidentyfikowanych przy nabyciu Grupy Mall do nowo wyodrębnionego segmentu operacyjnego Allegro International (więcej informacji przedstawiono w Nocie 29.2). W rezultacie do ośrodka wypracowującego środki pieniężne Allegro.cz przeniesiono relacje z klientami o wartości 251 494 PLN oraz wartość firmy w kwocie 122 448 PLN, które zostały poddane testom na utratę wartości na dzień 31 grudnia 2023 r.

Ponadto w 2023 r. Grupa zaczęła ponosić koszty rozwoju nowej słowackiej platformy handlowej Allegro.sk. Nakłady te spełniają podstawowe kryteria kapitalizacji i na dzień 31 grudnia 2023 r. są klasyfikowane jako oprogramowanie w trakcie rozwoju. Skapitalizowane nakłady wynoszą 2 818 PLN; ten składnik wartości niematerialnych nie jest jeszcze dostępny do użytkowania na dzień 31 grudnia 2023 r. Grupa ustaliła, że ten składnik wartości niematerialnych nie generuje samodzielnych wpływów pieniężnych niezależnie od innych aktywów, w szczególności od relacji z klientami na rynku słowackim zidentyfikowanych przy nabyciu Grupy Mall. W związku z tym Grupa uznała, że aktywa te powinny zostać poddane testowi na utratę wartości wyłącznie w ramach nowego ośrodka wypracowującego środki pieniężne Allegro.sk. Ponadto, część wartości firmy i relacji z klientami, która powstała na nabyciu Grupy Mall w wysokości odpowiednio 24 123 PLN i 58 776 PLN została alokowana do ośrodka wypracowującego środki pieniężne Allegro.sk (należącego do Segmentu Operacyjnego Mall) i poddana testowi na utratę wartości na poziomie tego ośrodka wypracowującego środki pieniężne ze względu na fakt, że kierownictwo zaczęło monitorować tę wartość firmy dla celów zarządzania wewnętrznego na poziomie ośrodka wypracowującego środki pieniężne, który jest niższym poziomem niż Segment Operacyjny Mall. Test na utratę wartości ośrodka wypracowującego środki pieniężne, który obejmuje platformę Allegro.sk (składnik wartości niematerialnych, który nie jest jeszcze dostępny do użytkowania) oraz alokowaną wartość firmy, nie wykazał utraty wartości.

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	Grupa ośrodków wypracowujących środki pieniężne								
	Allegro	Allegro.cz	Ceneo	eBilet	Allegro.sk	Mall North	Mall South	CZC	WE DO
Wartość firmy na dzień przejęcia	8 178 831	—	441 801	48 937	—		2 270 275		
Wartość firmy na dzień 31 grudnia 2022 r.	8 178 831	—	441 801	48 937	—		195 560		
Wartość firmy na dzień 31 grudnia 2023 r.	8 178 831	122 448	441 801	48 937	24 123		—		
Segment operacyjny (sprawozdawczy)	Allegro	Allegro International	Ceneo	Inne			Mall		
Ośrodek wypracowujący środki pieniężne	Allegro	Allegro.cz	Ceneo	eBilet	Allegro.sk	Mall North	Mall South	CZC	WE DO
Podmioty	Allegro sp. z o.o. (z wyłączeniem działalności handlowej Allegro.cz) Allegro Pay sp. z o.o. Opennet.pl sp. z o.o. SCB Warszawa sp. z o.o. Allegro Finance sp. z o.o.	Allegrosp. z o.o. (w tym wyłącznie działalność handlowa Allegro.cz)	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. AMG Media a.s.	Mimovorste spletno trgovina 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 Allegro International i segment operacyjny Mall 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 2023 r. i 31 grudnia 2022 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 wysiłkom na rzecz zamiany odwiedzających platformę na kupujących oraz dzięki wzrostowi 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. Grupa stale wprowadza nowe funkcje platformy i usługi o wartości dodanej, takie jak rozwój działalności w zakresie pożyczek konsumenckich, w celu dalszego zwiększania pozyskiwania i zaangażowania 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:

31.12.2023	Allegro	Ceneo	Ebilet
Złożona roczna stopa wzrostu przychodów w okresie prognozy	15,51%	11,52%	13,91 %
Średnioroczny wzrost/(spadek) marży EBITDA w okresie prognozy	(1,29) pp	(0,58) pp	(0,64) pp
Stopa wzrostu poza okresem prognozy (wraz z inflacją)	2,50%	2,50%	2,50%
Stopa dyskonta (przed opodatkowaniem)	13,99%	14,26%	13,99%

31.12.2022	Allegro	Ceneo	Ebilet
Średnioroczna stopa wzrostu przychodów w okresie prognozy	20,14%	15,66%	13,86%
Średnioroczny wzrost/(spadek) marży EBITDA w okresie prognozy	(0,08) pp	(1,49) pp	1,32 pp
Stopa wzrostu poza okresem prognozy (wraz z inflacją)	2,50%	2,50%	2,50%
Stopa dyskonta (przed opodatkowaniem)	16,65%	16,65%	16,10%

Przyszłe przepływy pieniężne netto ośrodka wypracowującego środki pieniężne opierają się na kluczowych założeniach przedstawionych powyżej, z których każde obarczone jest w pewnym stopniu niepewnością.

Analiza wrażliwości powyższych założeń wykazała, że Grupa rozpoznałaby utratę wartości przy następujących zmianach jednego z głównych założeń:

31.12.2023	Allegro	Ceneo	Ebilet
Spadek stopy wzrostu (CAGR) przychodów o:	2,82 pp	3,15 pp	9,46 pp
Spadek rocznej marży EBITDA o:	10,47 pp	11,44 pp	30,93 pp
Spadek stopy wzrostu poza okresem prognozy o:	34,57 pp	18,23 pp	n/d
Wzrost stopy dyskontowej (przed opodatkowaniem) o:	12,48 pp	8,60 pp	60,44 pp

31.12.2022	Allegro	Ceneo	Ebilet
Spadek stopy wzrostu (CAGR) przychodów o:	2,40 pp	3,13 pp	7,38 pp
Spadek rocznej marży EBITDA o:	8,39 pp	10,50 pp	25,53 pp
Spadek stopy wzrostu poza okresem prognozy o:	16,63 pp	19,76 pp	251,1 pp
Wzrost stopy dyskontowej (przed opodatkowaniem) o:	7,83 pp	6,70 pp	18,57 pp

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 2023 r. oraz na 31 grudnia 2022 r., skutkujących istotną utratą wartości.

WARTOŚĆ GODZIWA POMNIEJSZONA O KOSZTY DOPROWADZENIA DO SPRZEDAŻY (OŚRODKI WYPRACOWUJĄCE ŚRODKI PIENIĘŻNE W SEGMENTIE OPERACYJNYM MALL I OŚRODEK WYPRACOWUJĄCY ŚRODKI PIENIĘŻNE ALLEGRO.CZ)

W dniu 1 kwietnia 2022 r. Grupa zakończyła transakcję przejścia Grupy Mall i WE|DO. 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, od momentu przejścia, jest monitorowana na potrzeby zarządzania wewnętrznego na poziomie segmentu operacyjnego „Mall” (obejmującego wszystkie cztery ośrodki wypracowujące środki pieniężne), co zostało przedstawione w Nocie 8, w związku z czym w 2022 r. została przetestowana 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 realizuje plany restrukturyzacji 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. Ponadto w bieżącym okresie sprawozdawczym Grupa zidentyfikowała nowy segment operacyjny Allegro International (na dzień 31 grudnia 2033 r. obejmujący wyłącznie ośrodek wypracowujący środki pieniężne Allegro.cz), do którego została realokowana część wartości

firmy i aktywów zidentyfikowanych na nabyciu Grupy Mall. Ten ośrodek wypracowujący środki pieniężne został również poddany testowi na utratę wartości przy użyciu podejścia opartego na wartości godziwej pomniejszonej o koszty doprowadzenia do sprzedaży, ponieważ platforma Allegro.cz została dopiero niedawno uruchomiona, a zatem wymagany jest dłuższy okres na osiągnięcie oczekiwanego poziomu działalności. Ponadto, ze względu na trwającą restrukturyzację działalności Grupy Mall, na dzień 31 grudnia 2023 r. wartość firmy pozostała w Segmencie Operacyjnym Mall zaczęła być monitorowana dla wewnętrznych celów zarządczych na niższym poziomie niż Segment Operacyjny Mall, a zatem testowana pod kątem utraty wartości na poziomie ośrodka wypracowującego środki pieniężne Allegro.sk i grupy ośrodków wypracowujących środki pieniężne obejmującej wszystkie pozostałe jednostki operacyjne Mall.

Na dzień 31 grudnia 2023 r. Grupa przeprowadziła testy na utratę wartości ośrodków wypracowujących środki pieniężne skupionych w ramach segmentu operacyjnego Mall. O ile szacowana wartość godziwa całej działalności międzynarodowej wzrosła w porównaniu do wartości godziwej w równoważnym teście na utratę wartości przeprowadzonym za 2022 r., to pozytywny wpływ można przypisać głównie platformie Allegro.cz, która od momentu uruchomienia w maju 2023 r. stanowiła odrębny segment operacyjny. Z kolei ośrodki wypracowujące środki pieniężne Mall North CGU i CZC nie spełniają wcześniejszych prognoz, a test na utratę wartości każdego z tych ośrodków wypracowujących środki pieniężne wykazał, że część wartości niematerialnych i prawnych, które nie zostały przeniesione do ośrodka wypracowującego środki pieniężne Allegro.cz lub Allegro.sk, powinna zostać w całości objęta odpisem z tytułu utraty wartości. Odpis z tytułu utraty wartości nie został przypisany do rzeczowych aktywów trwałych tych ośrodków wypracowujących środki pieniężne, ponieważ ich indywidualna wartość godziwa pomniejszona o koszty doprowadzenia do sprzedaży nie jest niższa od ich wartości bilansowej. Ponadto, wartość firmy w kwocie 30 574 PLN, która była przedmiotem testu na zagregowanym poziomie czterech ośrodków wypracowujących środki pieniężne (Mall North, Mall South, CZC, WE|DO) będących częścią segmentu operacyjnego Mall, została objęta odpisem z tytułu utraty wartości.

Odpis z tytułu utraty wartości zidentyfikowany w teście na utratę wartości ośrodków wypracowujących środki pieniężne CGU Mall North, CGU Mall South, CGU CZC, CGU WE|DO został alokowany w następujący sposób:

Pozycja bilansu	Kwota
Relacje z klientami	312 211
Znaki towarowe i domeny	116 170
Oprogramowanie	170 377
Podatek odroczony	(123 697)
Łączny odpis z tytułu utraty wartości netto	475 061

Test na utratę wartości w odniesieniu do wartości firmy w kwocie 24 123 PLN przypisanej do ośrodka wypracowującego środki pieniężne Allegro.sk (który jest również częścią segmentu operacyjnego Mall) nie wykazał utraty wartości.

Test na utratę wartości w odniesieniu do wartości firmy przypisanej do segmentu operacyjnego Allegro International (ośrodek wypracowujący środki pieniężne Allegro.cz) nie wykazał utraty wartości.

Najważniejsze założenia modelu zdyskontowanych przepływów pieniężnych zostały przedstawione w poniższej tabeli:

31.12.2023	Allegro.cz	Allegro.sk	Mall North	Mall South	CZC	WE DO
Średnioroczna stopa wzrostu przychodów w okresie prognozy	51,32%	60,49%	5,63%	11,23%	1,53%	23,34%
Średnioroczny wzrost/(spadek) marży EBITDA w okresie prognozy	47,17 pp	2,55 pp	1,28 pp	1,58 pp	(0,13pp)	6,79 pp
Stopa wzrostu poza okresem prognozy (wraz z inflacją)	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%	2,00%
Stopa dyskonta (po opodatkowaniu)	9,91%	9,37%	11,80%	9,29%	9,91%	9,95%

30.09.2022	Mall Segment
Średnioroczna stopa wzrostu przychodów w okresie prognozy	7,9%
Średnioroczny wzrost/(spadek) marży EBITDA w okresie prognozy	2,9%
Stopa wzrostu poza okresem prognozy (wraz z inflacją)	2,0%
Stopa dyskonta (po opodatkowaniu)	12,3 %

Analiza wrażliwości powyższych założeń wykazała, że Grupa rozpoznałaby utratę wartości przy następujących zmianach jednego z głównych założeń:

31.12.2023	Allegro.cz	Allegro.sk	Mall South	WE DO
Spadek stopy wzrostu (CAGR) przychodów o:	1,68 pp	0,99 pp	1,10 pp	0,80 pp
Spadek rocznej marży EBITDA o:	23,61 pp	5,91 pp	3,58 pp	11,43 pp
Spadek stopy wzrostu poza okresem prognozy o:	503,0 pp	27,55 pp	15,5 pp	44,3 pp
Wzrost stopy dyskontowej (przed opodatkowaniem) o:	15,1 pp	8,53 pp	6,4 pp	10,7 pp

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:

31.12.2023	Racjonalnie możliwa zmiana kluczowych założeń	Mall North	CZC
		(Zmniejszenie)/ zwiększenie ujętego odpisu aktualizującego z tytułu utraty wartości	(Zmniejszenie)/ zwiększenie ujętego odpisu aktualizującego z tytułu utraty wartości
Średni wzrost przychodów:	+/- 0,75 pp	(302 595) / n/d ^[1]	(52 636) / n/d ^[1]
Skorygowana marża EBITDA:	+/- 5,0 pp	(216 619) / n/d ^[1]	(17 857) / n/d ^[1]
Stopa wzrostu poza okresem prognozy (wraz z inflacją)	+/- 1 pp	n/d ^[2]	n/d ^[2]
Stopa dyskonta (po opodatkowaniu)	+/- 1 pp	n/d ^[2]	n/d ^[2]

[1] Nie występuje potencjalny wzrost utraty wartości, ponieważ cała wartość bilansowa aktywów przypisanych do każdego z ośrodków wypracowujących środki pieniężne została objęta odpisem z tytułu utraty wartości (z wyjątkiem tych aktywów, których wartość godziwa w ujęciu jednostkowym jest wyższa od zera).

[2] (Zmniejszenie)/Zwiększenie stopy wzrostu i stopy dyskontowej o 1 pkt proc. nie miałyby wpływu na ujęte odpisy z tytułu utraty wartości.

30.09.2022	Mall	
	Racjonalnie możliwa zmiana kluczowych założeń	(Zmniejszenie)/ zwiększenie ujętego odpisu aktualizującego z tytułu utraty wartości
Średni wzrost przychodów:	+/- 0,25 pp	(507 590) / 499 541
Skorygowana marża EBITDA:	+/- 1 pp	(357 731) / 358 293
Stopa wzrostu poza okresem prognozy (wraz z inflacją)	+/- 1 pp	(228 390) / 187 930
Stopa dyskonta (po opodatkowaniu)	+/- 1 pp	357 780 / (447 770)

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 dziewięcioletni okres odzyskiwania przepływów pieniężnych, odpowiadający okresowi niezbędnemu do zakończenia restrukturyzacji przejętej działalności i ustabilizowania przyszłych przepływów pieniężnych.

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. Realokacja aktywów pomiędzy segmentami operacyjnymi Mall i Allegro International

W bieżącym okresie sprawozdawczym nastąpiła zmiana struktury wewnętrznej organizacji zarządzania w sposób, który miał wpływ na podział na segmenty operacyjne i sprawozdawcze. Zmiana ta spowodowała wyodrębnienie dwóch segmentów operacyjnych (Allegro International i Mall) w ramach wcześniej raportowanego jednego segmentu operacyjnego, Mall, do którego została przypisana wartość firmy (patrz dodatkowe informacje w Nocie 8). Segment Allegro International obejmuje działalność platformy handlowej Allegro (model 3P), prowadzonej za pośrednictwem platformy Allegro.cz na rynku czeskim (uruchomionej w 2023 r.) oraz Allegro.sk (uruchomionej w lutym 2024 r.).

Grupa ustaliła, że istnieją klasy aktywów zidentyfikowane przy nabyciu Grupy Mall i alokowane do segmentu operacyjnego Mall, które powinny zostać realokowane do nowo zidentyfikowanego segmentu operacyjnego (i w konsekwencji do ośrodka wypracowującego środki pieniężne Allegro.cz). Grupa przeanalizowała wszystkie aktywa zidentyfikowane w procesie alokacji ceny nabycia i ustaliła, że przyszłe przepływy pieniężne, których uzyskania oczekuje się z tytułu oprogramowania, domen i znaków towarowych pozostają związane wyłącznie z ośrodkiem wypracowującym środki pieniężne Mall (segment operacyjny), w związku z czym zostały one wyłączone z zakresu relokacji. Wartość firmy alokowana uprzednio do Segmentu Operacyjnego Mall została realokowana w oparciu o par. 87 MSR 36, który wskazuje, że w przypadku gdy jednostka poddaje reorganizacji swoją strukturę w sposób, który zmienia skład jednego lub więcej ośrodków wypracowujących środki pieniężne, do których została przypisana wartość firmy, wartość firmy ponownie przepisuje się do tych ośrodków, które uległy zmianie. Jednocześnie ośrodek wypracowujący środki pieniężne, do którego alokuje się wartość firmy dla celów utraty wartości, nie powinien być większy niż segment operacyjny przed agregacją.

Z tego powodu wartość firmy uprzednio alokowana do Segmentu Operacyjnego Mall została realokowana do dwóch segmentów operacyjnych – Segmentu Operacyjnego Mall i Segmentu Działalności Międzynarodowej Allegro. Realokacja została przeprowadzona przy użyciu metody względnej wartości godziwej.

Ponadto aktywami, w odniesieniu do których oczekuje się, że przyszłe przepływy pieniężne zostaną uzyskane w ośrodku wypracowującym środki pieniężne Allegro.cz, są relacje z klientami i wartość firmy. Jednym z głównych powodów nabycia Mall była ekspansja platformy handlowej Allegro na rynki zagraniczne, w związku z czym Grupa w istocie kupowała bazę klientów należącą obecnie do Mall, a także potencjalny kanał dostępu do wszystkich przyszłych klientów z rynków Europy Środkowej. Chociaż Mall działa głównie w modelu 1P, wycena relacji z klientami przygotowana na potrzeby alokacji ceny nabycia zakładała przejście istniejącej bazy klientów do modelu 3P, co jest typową strategią inwestora branżowego. Przepływy pieniężne oczekiwane po tym przejściu były związane z platformami handlowymi Allegro, które miały zostać uruchomione na rynkach zagranicznych. Grupa oczekuje stopniowej migracji klientów, którzy dokonywali zakupów na platformach Mall i realizacji korzyści z pozyskanych relacji z klientami (model 3P dla rynku czeskiego) w segmencie operacyjnym Allegro International. Realokacja relacji z klientami pomiędzy nowym segmentem operacyjnym Allegro International a Segmentem Operacyjnym Mall została przeprowadzona z wykorzystaniem oczekiwanych wskaźników migracji klientów ze starszych platform Mall do nowo uruchomionych platform handlowych Allegro. Spowodowało to alokację relacji z klientami o wartości 310 270 PLN oraz wartości firmy w wysokości 146 571 PLN do ośrodków wypracowujących środki pieniężne Allegro.cz i Allegro.sk.

29.3. 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.

29.4. Utrata wartości należności handlowych

Odpisu aktualizującego dokonuje się według modelu utraty wartości opartego o koncepcję oczekiwanych strat kredytowych. Stratę rozpoznaje się według wskaźnika niespłaconych należności szacowanego dla każdej jednorodnej grupy klientów i na podstawie wiekowania należności handlowych dla danej jednorodnej grupy. Stopy niewykonania zobowiązań obliczane są na podstawie danych historycznych z poprzednich 48 miesięcy. Dodatkowo Grupa oblicza indywidualne odpisy na należności, dla których stwierdzono przesłanki utraty wartości.

Odpisu aktualizującego dokonuje się według modelu utraty wartości opartego o koncepcję oczekiwanych strat kredytowych. W porównaniu do poprzedniego roku, stratę rozpoznaje się według wskaźnika niespłaconych należności szacowanego dla każdej jednorodnej grupy klientów i na podstawie wiekowania należności handlowych dla danej grupy.

Szczegółowe informacje na temat dokonanych odpisów aktualizujących wartość należności zostały przedstawione w Nocie 30.2.

29.5. 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:

zmiana okresu	Analiza wrażliwości okresu amortyzacji istotnych wartości niematerialnych i prawnych	
	krótszy o 3 lat	dłuższy o 3 lat
Relacje z klientami	(42 019)	28 514
Oprogramowanie	(291 132)	72 783
(zwiększenie)/zmniejszenie odpisu amortyzacyjnego	(333 151)	101 297

W 2023 r. Grupa dokonała przeglądu stawek amortyzacyjnych i stwierdziła, że nie wystąpiły istotne zmiany w stosunku do poprzednich szacunków dotyczących okresów użytkowania jej aktywów, z wyjątkiem jednej opisaną poniżej.

29.6. Wartości niematerialne i prawne o nieokreślonym okresie użytkowania

W bieżącym okresie sprawozdawczym Grupa zmieniła okres użytkowania znaku towarowego i domeny Allegro.pl z 20 lat (z rocznym odpisem amortyzacyjnym w wysokości 92 706 PLN) na czas nieokreślony. Analiza cyklu życia produktu, badań i analiz rynkowych, a także trendów w zakresie konkurencji dostarcza dowodów na to, że marka będzie generować wpływy pieniężne netto dla Grupy przez czas nieokreślony. Allegro jest kluczowym graczem na rynku środkowoeuropejskim, charakteryzującym się bardzo silną świadomością marki. W bieżącym roku Grupa wykonała kluczowy krok w kierunku ekspansji międzynarodowej poprzez uruchomienie Allegro.

cz, jeszcze bardziej wzmacniając swoją obecność na arenie międzynarodowej. Grupa zamierza nadal ponosić nakłady marketingowe, które są niezbędne do utrzymania oczekiwanych przyszłych korzyści ekonomicznych z tytułu posiadania marki i domeny. W związku z tym, począwszy od października 2023 r., znak towarowy i domena są ujmowane według kosztu bez dalszych odpisów amortyzacyjnych, ale podlegają corocznemu testowi na utratę wartości w ramach ośrodka wypracowującego środki pieniężne Allegro (ujawnienie informacji na temat testu na utratę wartości przedstawiono w Nocie 29.1).

29.7. Wpływ MSSF 17 „Ubezpieczenia” na program SMART!

Grupa przeanalizowała wpływ MSSF 17 na program i stwierdziła, że nowo przyjęty standard nie ma zastosowania w tym zakresie. Podstawowym założeniem płatnej umowy SMART! jest zapewnienie kupującemu zobowiązania do gotowości do świadczenia usługi dostawy lub zorganizowania usługi dostawy, a nie oferowanie ochrony ubezpieczeniowej lub akceptowanie ryzyka ubezpieczeniowego wynikającego z niepewnych zdarzeń w przyszłości. Skorzystanie z usługi przez kupującego nie jest wywołane niekorzystnym dla kupującego (ubez-

pieczającego) zdarzeniem, ponieważ pojawia się ono dopiero w momencie wyrażenia przez kupującego bezwarunkowej woli zakupu towarów na platformie handlowej Allegro. W tego typu umowach Allegro akceptuje pewien poziom niepewności w odniesieniu do ostatecznego kosztu wymaganego do wypełnienia zobowiązania wynikającego z umowy, spowodowany wielkością zamówień złożonych przez kupującego, ale nie wynika on z wystąpienia zdarzenia, które ma niekorzystny wpływ na kupującego. W związku z tym płatna umowa SMART! nie jest objęta przepisami standardu MSSF 17.

29.8. 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 nią karę w wysokości 206 169 PLN. Grupa oceniła, że sąd nie powinien podtrzymać decyzji UOKiK, w związku z czym nie utworzono żadnej 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.

29.9. 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 pożyczek konsumenckich 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	Kontrakty forward
Ryzyko kredytowe	Środki pieniężne i ich ekwiwalenty Należności	Ratingi kredytowe Analiza wiekowa	Dywersyfikacja lokat bankowych, mechanizm potrącania opłat, limity kredytowe i akredytywy
Ryzyko płynności	Kredyty i pożyczki i inne zobowiązania	Kroczące prognozy przepływów pieniężnych	Dostępność przyznanych linii kredytowych i kredytów 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 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 i ogranicza je poprzez krótkoterminowe depozyty środków pieniężnych oraz kontrakty swap na stopę procentową („IRS”).

Grupa stosuje politykę zabezpieczeń pozwalającą na zabezpieczenie 100% ekspozycji na ryzyko stopy procentowej. Przyszłe płatności odsetek od kredytów i pożyczek o wartości bilansowej 6 067 487 PLN są narażone na zmiany przyszłej marży kredytowej, jak wyjaśniono w Nocie 20. Na dzień 31 grudnia 2023 r. 66% 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.

Pożyczki konsumenckie są nieoprocentowane (30-dniowe pożyczki typu „kup teraz i zapłać później” oraz „2 raty 0% dla użytkowników SMART!”) lub udzielane według stałej stopy procentowej, co naraża Grupę na ryzyko wartości godziwej, które przekłada się na wpływ na wynik finansowy, ponieważ pożyczki te są wyceniane według wartości godziwej przez wynik finansowy.

REFORMA IBOR

Stopa procentowa WIBOR (Warsaw Interbank Offered Rate) ma zostać całkowicie zastąpiona w 2025 r. Nowa stopa referencyjna WIRON, która ma stopniowo zastępować WIBOR, została udostępniona w 2023 r. i może być wykorzystywana w produktach i instrumentach finansowych przez podmioty, które zadeklarują gotowość do jej stosowania. Grupa posiada szereg umów, które opierają się na stopie WIBOR; umowy te zostały przedstawione w tabeli poniżej. W umowach zawartych przez Grupę stopa WIBOR nie została jeszcze zastąpiona przez stopę WIRON.

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	31.12.2023	31.12.2022
Wartość bilansowa zobowiązań opartych na stopie WIBOR		6 081 190	6 453 751
Kredyty i pożyczki – krótkoterminowe	20	2 702	1 706
Kredyty i pożyczki – długoterminowe	20	6 064 785	6 451 821
Pochodne instrumenty finansowe (zabezpieczenia przepływów pieniężnych)	25	13 703	224
Wartość bilansowa aktywów opartych na stopie WIBOR		89 191	324 626
Pochodne instrumenty finansowe (zabezpieczenia przepływów pieniężnych)	25	89 191	324 626

Niniejszy dokument nie stanowi wiążącej wersji rocznego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu. Oficjalna wersja Sprawozdania Roczno Grupy Allegro.eu, zawierająca roczne Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe i uzupełniające je sprawozdanie rewidenta, zawarta jest w pakiecie sprawozdawczym, który można znaleźć na stronie internetowej Allegro.eu. W przypadku rozbieżności między niniejszą wersją a pakietem sprawozdawczym wiążący jest pakiet sprawozdawczy.

WRAŻLIWOŚĆ

Ekspozycja kredytów i pożyczek Grupy oraz kontraktów IRS na ryzyko zmiany zmiennej stopy procentowej została przedstawiona w poniższej tabeli.

zmiana stopy procentowej (pp)	Wpływ zmiany stopy procentowej na zysk/(stratę) na 31.12.2023					
	-2	-1	-0.5	0.5	1	2
Koszty odsetek	125 150	62 575	31 288	(31 288)	(62 575)	(125 150)
Wynik na swapach stóp procentowych	(82 500)	(41 250)	(20 625)	20 625	41 250	82 500
zwiększenie/(zmniejszenie) kosztów odsetkowych	42 650	21 325	10 663	(10 663)	(21 325)	(42 650)
Wpływ na pozostałe składniki kapitału własnego (zysk/strata z tytułu wyceny do wartości godziwej)	(61 743)	(31 253)	(16 008)	14 482	29 727	60 218

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 (zysk/strata z tytułu wyceny do wartości godziwej)	(84 749)	(42 374)	(21 187)	21 187	42 374	84 749

Grupa weryfikuje ratingi kontrahentów i na dzień 31 grudnia 2023 r. utrzymywała 56,4% i 43,6% wszystkich instrumentów pochodnych w bankach o ratingach A – i A+ (na dzień 31 grudnia 2022 r.: 54,6%, 25,3% i 20,1% w bankach o ratingach odpowiednio A, A+, A+). Na dzień 31 grudnia 2023 r. Grupa utrzymywała 56,4%, 23,2% i 20,4% wszystkich swoich instrumentów pochodnych w jednej instytucji finansowej o ratingach odpowiednio A-, A+, A+ (na dzień 31 grudnia 2022 r.: 54,6%, 25,3% i 20,1% w bankach o ratingach odpowiednio A, A+, A+).

RYZIKO 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:

	31.12.2023	31.12.2022
Zobowiązania z tytułu leasingu	513 869	565 210
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	292 041	2 900
Razem	805 911	568 110

Łączne zyski/straty z tytułu różnic kursowych netto ujęte w rachunku zysków i strat wyniosły:

	01.01-31.12.2023	01.01-31.12.2022
Zyski/(straty) z tytułu różnic kursowych ujęte w kosztach finansowych netto	(73 349)	6 113
Razem zyski/(straty) netto z tytułu różnic kursowych ujęte w zysku przed opodatkowaniem	(73 349)	6 113

RYZIKO 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. Zmiany kursów walutowych nie miały wpływu na inne składniki kapitału własnego. Spadek/wzrost kursu walut obcych w stosunku do walut funkcjonalnych spółek o 5% spowodowałby ujęcie odpowiednio zysku w wysokości 11 091 PLN lub straty w wysokości 11 091 PLN.

Grupa jest narażona na ryzyko wartości godziwej związane z oprocentowaniem pożyczek konsumentskich wycenianych w wartości godziwej przez wynik finansowy („FVTPL”). Ponieważ jednak pożyczki konsumentskie 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 konsumentskich 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. Ponadto w 2023 r. Grupa rozpoczęła stopniowe wprowadzanie mechanizmu pobierania prowizji, skutkującego priorytetowym pobieraniem prowizji od sprzedaży uzyskanej na platformach handlowych z wpływów, które sprzedawca otrzymuje od klienta. Spowodowało to zmniejszenie salda należności i przełożyło się na niższy odpis aktualizujący ujęty w tym okresie.

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.

	31.12.2023	31.12.2022
Utrata wartości należności	47 731	60 262
Utrata wartości pożyczek konsumenckich	—	6 733
Odpisy netto z tytułu utraty wartości aktywów finansowych	47 731	66 995

UTRATA WARTOŚCI AKTYWÓW FINANSOWYCH

Grupa posiada trzy rodzaje aktywów finansowych, które podlegają analizie utraty wartości zgodnie z modelem oczekiwanych strat kredytowych:

- należności handlowe
- pożyczki konsumenckie wyceniane według amortyzowanego kosztu
- środków pieniężnych i ich ekwiwalentów

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 2023 r. lub 31 grudnia 2022 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.

Na tej podstawie odpis z tytułu strat kredytowych na dzień 31 grudnia 2023 r. i 31 grudnia 2022 r. ustalono w następujący sposób zarówno dla należności handlowych jak i aktywów z tytułu umów z klientami:

Wiekowanie należności na dzień 31.12.2023	Nieprzeterminowane	Zaległe poniżej 3 miesięcy	Zaległe od 3 do 12 miesięcy	Zaległe od 1 roku do 3 lat	Powyżej 3 lat	Razem należności handlowe
Należności handlowe, brutto	813 917	96 398	42 750	38 298	3 242	994 605
Utrata wartości należności handlowych	(5 573)	(6 459)	(36 407)	(34 934)	(3 242)	(86 615)
Prawdopodobieństwo braku spłaty należności	0,7%	6,7%	85,2%	91,2%	100,0%	—
Należności handlowe, netto	808 344	89 939	6 343	3 364	—	907 990

Wiekowanie należności na dzień 31.12.2022	Nieprzeterminowane	Zaległe poniżej 3 miesięcy	Zaległe od 3 do 12 miesięcy	Zaległe od 1 roku do 3 lat	Powyżej 3 lat	Razem należności handlowe
Należności handlowe, brutto	966 393	139 498	39 397	71 305	—	1 216 591
Utrata wartości należności handlowych	(8 877)	(4 825)	(33 974)	(69 266)	—	(116 942)
Prawdopodobieństwo braku spłaty należności	1,0%	4,7%	83,4%	96,9%	—	—
Należności handlowe, netto	957 516	134 673	5 423	2 039	—	1 099 649

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.

ŚRODKI PIENIĘŻNE I ICH EKWIWALENTY

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 ratingowej S&P Global Ratings (lub EuroRating, jeśli ratingi S&P nie są publikowane) (rating został przedstawiony w Nocie poniżej). 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.

	31.12.2023	31.12.2022
A+	28%	9%
A	23%	2%
A-	—	1%
BBB+	4%	18%
BBB	43%	63%
BBB-	—	2%
bez przyznanego ratingu	2%	5%
	100%	100%

Pięć głównych banków, w których Grupa przechowuje swoje środki pieniężne i ich ekwiwalenty, przypada odpowiednio 34%, 28%, 17%, 16% i 5% łącznego salda na dzień 31 grudnia 2023 r. (na dzień 31 grudnia 2022 r.: 53%, 22%, 15%). Jeden z kontraktów na instrumenty pochodne, stanowiący 20% wartości bilansowej wszystkich instrumentów pochodnych, został zawarty z bankiem, w którym Grupa posiada 21% salda środków pieniężnych i ich ekwiwalentów.

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 2023 r. Grupa utrzymywała swoje środki w bankach posiadających następujące ratingi:

POŻYCZKI KONSUMENCKIE WYCENIANE WEDŁUG ZAMORTYZOWANEGO KOSZTU

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.

Ze względu na zmiany modelu biznesowego, które miały miejsce w ciągu roku (patrz Nota 18), na dzień 31 grudnia 2023 r. wszystkie pożyczki konsumenckie zostały wycenione w wartości godziwej przez wynik finansowy.

Jakość portfela objętego modelem ratingowym:

Pożyczki konsumenckie wyceniane według zamortyzowanego kosztu 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

Zdecydowana większość pożyczek konsumenckich na dzień 31 grudnia 2022 r. została zaklasyfikowana do Koszyka 1.

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.

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 2023 r. pozostające do spłaty zadłużenie bankowe Grupy wynosiło 6 257 500 PLN (w kwotach nominalnych). 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 2023 r. Grupa miała dostęp do dwóch niewykorzystanych kredytów odnawialnych w łącznej wysokości 1 000 000 PLN.

ZOBOWIĄZANIA WEDŁUG TERMINU ZAPADALNOŚCI NA PODSTAWIE NIEZDYSKONTOWANYCH PŁATNOŚCI UMOWNYCH

	Zobo- wiązania handlowe i z tytułu zwrotów	Kredyty i pożyczki bankowe	Odsetki od pożyczek	Zobo- wiązania leasingowe	Zobo- wiązania finansowe będące instrumen- tami po- chodnymi	Razem
31.12.2023						
Poniżej 3 miesięcy	1 601 749	—	120 984	41 331	—	1 764 064
Od 3 do 12 miesięcy	—	—	358 416	123 638	13 703	495 757
Od 1 roku do 5 lat	—	6 257 500	1 245 664	458 612	—	7 961 776
Powyżej 5 lat	—	—	—	55 407	—	55 407
Razem	1 601 749	6 257 500	1 725 064	678 988	13 703	10 277 004
31.12.2022						
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. 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 i utrzymanie bezpiecznych wskaźników kapitałowych, które w sposób optymalny wspierałyby działalność operacyjną Grupy i zwiększały jej wartość dla akcjonariuszy, zapewniając im zwrot z inwestycji.

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 2023 r. i 31 grudnia 2022 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. 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.

Od momentu przejęcia Grupa kontynuowała proces organicznego zmniejszania dźwigni finansowej, głównie dzięki zwiększeniu salda środków pieniężnych i wzrostowi skorygowanej EBITDA mierzonej w ujęciu narastającym za okres dwunastu miesięcy. Grupa spodziewa się dalszego obniżania wskaźnika zadłużenia w nadchodzących okresach.

Na dzień 31 grudnia 2023 r. i 31 grudnia 2022 r. Grupa zrealizowała swoje cele w zakresie zarządzania kapitałem. Wskaźniki dźwigni finansowej netto i zadłużenia do kapitału własnego na dzień 31 grudnia 2023 and 31 grudnia 2022 r. przedstawiały się następująco:

	Nota	31.12.2023	31.12.2022
Skorygowana EBITDA za ostatnie 12 miesięcy dla działalności w Polsce		2 957 551	2 309 439
Skorygowana EBITDA za ostatnie 12 miesięcy dla działalności w Polsce		(414 555)	(156 782)
Korekta konsolidacyjna		(2 860)	—
Skorygowana EBITDA za ostatnie 12 mies.	8.2	2 540 136	2 152 657
Kredyty i pożyczki	20	(6 067 487)	(6 453 527)
Zobowiązania z tytułu leasingu	14.1	(617 582)	(690 181)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	19	2 049 122	877 559
Zadłużenie netto		(4 635 946)	(6 266 149)
Dźwignia finansowa netto		1,83 x	2,91 x
Kapitał własny		9 043 326	8 981 259
Wskaźnik zadłużenia netto do kapitału własnego		51,3%	69,8%

Niniejszy dokument nie stanowi wiążącej wersji rocznego sprawozdania finansowego Grupy Allegro.eu. Oficjalna wersja Sprawozdania Rocznej Grupy Allegro.eu, zawierająca roczne Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe i uzupełniające je sprawozdanie rewidenta, zawarta jest w pakiecie sprawozdawczym, który można znaleźć na stronie internetowej Allegro.eu. W przypadku rozbieżności między niniejszą wersją a pakietem sprawozdawczym wiążący jest pakiet sprawozdawczy.

POZYCJE POZABILANSOWE

32. Zobowiązania warunkowe

32.1 Postępowania sądowe

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania finansowego Grupa jest przedmiotem następujących postępowań antymonopolowych i innych postępowań sądowych:

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 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. 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 daty ostatniego raportu rocznego Prezes UOKiK złożył odpowiedź na odwołanie Allegro. Odpowiedź ta nie zawierała żadnych istotnych nowych argumentów. W lutym 2024 r. Allegro złożyło do Sądu dodatkowe oświadczenie zawierające dodatkową argumentację. Sąd nie ogłosił daty pierwszej rozprawy. Od wyroku sądu pierwszej instancji można się odwołać do Sądu Apelacyjnego, a w ostateczności do Sądu Najwyższego. Sądy mogą podtrzymać lub 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 grzywna nałożona na Allegro nie stanie się wymagalna. Zgodnie ze stanowiskiem Kierownictwa Grupy, popartym opinią zewnętrznego doradcy, decyzja UOKiK nie powinna zostać podtrzymana w sądzie, a nawet jeśli nie zostanie uchylona, to sądy mają tendencję do znacznego obniżania kar nakładanych przez UOKiK, jednak nie można wiarygodnie określić, w o ile kara taka może zostać zmniejszona. Z tych powodów nie została utworzona żadna rezerwa.

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 wciąż jest w toku. Na podstawie informacji znanych Grupie oraz oceny doradcy prawnego Grupy na dzień sporządzenia niniejszego Roczno Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego, Grupa nie ma podstaw, by sądzić, że wynik przedmiotowej sprawy będzie miał istotny wpływ na Grupę.

Podmioty operacyjne Grupy są również przedmiotem innych postępowań, które są uważane za nieistotne. Ponadto toczy się obecnie postępowanie wyjaśniające prowadzone przez Prezesa UOKiK, którego szczegóły nie są ujawniane, gdyż postępowanie to jest czynnością wstępną, która nie musi prowadzić do wszczęcia formalnego postępowania.

33. Aktywa, na których zostały ustanowione zabezpieczenia

Po zawarciu przez Grupę Umowy Kredytów Nadrzędnych w dniu 29 września 2020 r., zastawy i zabezpieczenia zostały ustalone w następujący sposób:

- zastaw na udziałach Allegro i Ceneo.pl, ujęte w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym jako aktywa netto w wysokości 10 785 455 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 kluczową domenę internetową 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 2023 r. przyszłe zobowiązania umowne Grupy dotyczące nakładów na wartości niematerialne i prawne nieujęte w sprawozdaniu z sytuacji finansowej wyniosły 92 270 PLN i dotyczyły głównie rozwoju oprogramowania. Zobowiązania umowne na dzień 31 grudnia 2022 r. wyniosły 95 901 PLN.

35. Zdarzenia po dacie bilansowej

NOWY KONTRAKT SWAP NA STOPE PROCENTOWĄ („IRS”)

W dniu 24 stycznia 2024 r. Grupa zawarła następujące trzy nowe transakcje swap:

Data zawarcia	Termin rozpoczęcia	Termin zakończenia	Kwota referencyjna	Stopa swapowa
24.01.2024	28.06.2024	14.10.2027	320 000–1 600 000	Stała stopa WIBOR 3M – 4,15550%
24.01.2024	28.06.2024	14.10.2027	180 000–900 000	Stała stopa WIBOR 3M – 4,167%
24.01.2024	31.10.2025	31.12.2025	200 000	Stała stopa WIBOR 3M – 4,33%

Nowe kontrakty swap zostały zawarte jako zabezpieczenie przepływów pieniężnych w celu zmniejszenia ekspozycji Grupy na zmienne stopy procentowe, głównie w okresie od października 2025 r. do października 2027 r. po przedłużeniu okresu obowiązywania istniejących umów kredytowych w listopadzie (patrz Nota 20).

URUCHOMIENIA ALLEGRO.SK

W dniu 29 maja 2024 r. Grupa rozpoczęła kolejny etap ekspansji na rynkach międzynarodowych, uruchamiając allegro.sk, platformę e-commerce obsługującą klientów na terytorium Słowacji.



INNE INFORMACJE

36. Transakcje z podmiotami powiązanymi

Transakcje z podmiotami powiązanymi dotyczą rozliczeń z tytułu usług doradczych i zarządzania. Wszystkie transakcje zostały zawarte na warunkach rynkowych.

Grupa dokonała następujących transakcji z podmiotami powiązanymi w okresie zakończonym 31 grudnia 2023 r. oraz 31 grudnia 2022 r.:

Podmiot powiązany	01.01 – 31.12.2023				Stan na 31.12.2023		
	Przychody	Koszty	Przychody finansowe	Koszty finansowe	Należności	Zobowiązania	Pożyczki udzielone
Jednostki stowarzyszone:							
Polskie Badania Internetu sp. z o.o.	—	353	—	—	—	29	—
Fundacja Allegro All For Planet	91	1 390	—	—	23	—	—
Inne:							
Business Office Services.	—	495	—	—	—	—	—
Alter Domus Luxembourg S.à r.l.	—	547	—	—	—	67	—
Razem	91	2 785	—	—	23	96	—

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	—

37. Zatrudnienie

Tabela poniżej prezentuje liczbę pracowników na dzień sprawozdawczy 31 grudnia 2023 r. i 31 grudnia 2022 r.:

	31.12.2023	31.12.2022
Umowa o pracę	5 514	5 930
Kontraktorzy (B2B), agencje pracy i usługi zewnętrzne	1 110	1 910
Razem	6 624	7 840

38. Wynagrodzenie kierownictwa

Wynagrodzenie kluczowego kierownictwa podmiotów z Grupy obejmowało:

	31.12.2023	31.12.2022
Krótkoterminowe świadczenia pracownicze	24 924	24 574
Płatności w formie akcji	15 990	13 752
Razem	40 913	38 326

Łączne wynagrodzenie Kluczowej Kadry Kierowniczej Grupy 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.

39. Wynagrodzenie biegłego rewidenta

Poniższa tabela przedstawia wynagrodzenie netto z tytułu badania sprawozdań finansowych za okres sprawozdawczy zakończony 31 grudnia 2023 r. i 31 grudnia 2022 r. w podziale na rodzaje usług świadczonych na rzecz Grupy przez PricewaterhouseCoopers, Société coopérative Luxembourg oraz podmioty z sieci PwC.

	31.12.2023	31.12.2022
Obowiązkowe badanie rocznego sprawozdania finansowego	4 014	4 251
Przeglądy półroczne	602	552
Inne	195	40
Razem	4 811	4 843

Powyższe usługi są uznawane za dozwolone na mocy odpowiednich przepisów UE, Luksemburga, Polski, Czech, Węgier, Chorwacji i Słowenii dotyczących niezależności. Firma PwC potwierdziła niezależność wobec Komitetu Audytu podczas badania w 2023 roku oraz na posiedzeniu zamykającym w dniu 12 marca 2024 roku. Usługi niebędące badaniem w latach 2023 i 2022 dotyczą przeglądów Śródrocznych Skróconych Skonsolidowanych Sprawozdań Finansowych oraz wsparcia przy weryfikacji dostawców. W 2023 r. usługi niebędące badaniem sprawozdań finansowych obejmują również przegląd rocznego raportu ESG. Kwestie te podlegały zatwierdzeniu przez Komitet Audytu.

Zaświadczam zgodność niniejszego tłumaczenia z przedstawionym mi oryginalnym dokumentem elektronicznym w języku angielskim.
Agata Rybacka, tłumaczka przysięgła języka angielskiego, wpisana na listę Ministerstwa Sprawiedliwości pod numerem TP/110/20
Nr w repertorium 464/2024
Warszawa, dnia 4 czerwca 2024 r.