

allegro

SKONSOLIDOWANY RAPORT ROCZNY
GRUPY ALLEGRO.EU

za rok zakończony 31 grudnia 2020



SPIS TREŚCI

RAPORT ZARZĄDU	6
I. INFORMACJE OGÓLNE	7
1. Definicje	8
2. Wprowadzenie	10
3. Stwierdzenia dotyczące przyszłości	11
4. Prezentacja informacji finansowych	12
II. RAPORT Z DZIAŁALNOŚCI	17
1. Wybrane skonsolidowane dane finansowe i operacyjne	18
2. Omówienie i analiza przez kierownictwo sytuacji finansowej i wyników działalności operacyjnej	20
3. Podsumowanie najważniejszych wydarzeń	42
4. Raport na temat wynagrodzeń	47
5. Oczekiwania dla Grupy w roku obrotowym 2021 i w średnim okresie	63
6. Sytuacja handlowa w ostatnim czasie	65
III. SPRAWOZDANIE NIEFINANSOWE	67
1. Model biznesowy, działalność operacyjna i ład korporacyjny	68
2. System zarządzania ryzykiem, czynniki ryzyka i kwestie regulacyjne	92
3. Nasze podejście do odpowiedzialności korporacyjnej, środowiskowej i społecznej	150
RAPORT FINANSOWY	196
IV. SKONSOLIDOWANE SPRAWOZDANIE FINANSOWE	197
1. Oświadczenie o odpowiedzialności	198
2. Sprawozdanie z badania	200
3. Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe	206
Skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów	206
Skonsolidowane sprawozdanie z sytuacji finansowej	208
Skonsolidowane sprawozdanie ze zmian w kapitale własnym	210
Skonsolidowany rachunek przepływów pieniężnych	212
NOTY DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO	214
1. Informacje ogólne	214
2. Podstawa sporządzenia	215
3. Podsumowanie istotnych zasad (polityk) rachunkowości	216
4. Skład Rady Dyrektorów	224
5. Połączenia przedsięwzięć	226
6. Struktura grupy	230
7. Zatwierdzenie Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego	231

NOTY DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW	232
8. Informacje o segmentach	232
9. Przychody z umów z klientami	236
10. Przychody finansowe i koszty finansowe	246
11. Podatek dochodowy	247
12. Zysk przypadający na jedną akcję	250
NOTY DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA Z SYTUACJI FINANSOWEJ	252
13. Wartości niematerialne i prawne	252
14. Rzeczowe aktywa trwałe	256
15. Pożyczki udzielone	258
16. Zapasy	259
17. Należności handlowe oraz pozostałe należności	260
18. Przedpłaty	261
19. Pożyczki konsumenckie	263
20. Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	266
21. Kredyty i pożyczki	267
22. Leasing	270
23. Podatek odroczony	274
24. Zobowiązania wobec pracowników	278
25. Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania	282
26. Zobowiązania opcyjne do wykupu udziałów niedających kontroli	282
27. Aktywa i zobowiązania finansowe	285
NOTA DO SKONSOLIDOWANEGO ZESTAWIENIA ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM	288
28. Nota do skonsolidowanego zestawienia zmian w kapitale własnym	288
NOTY OBJAŚNIAJĄCE DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH	294
29. Informacje o przepływach pieniężnych	294
RYZYKA	298
30. Istotne szacunki i osądy księgowe	298
31. Zarządzanie ryzykiem finansowym	303
32. Zarządzanie kapitałem	313
POZYCJE POZABILANSOWE	314
33. Zobowiązania warunkowe	314
34. Aktywa zastawione jako zabezpieczenie	316
35. Przyszłe zobowiązania umowne	316
36. Zdarzenia po dacie bilansowej	317
POZOSTAŁE INFORMACJE	318
37. Transakcje z podmiotami powiązаныmi	318
38. Zatrudnienie	319
39. Wynagrodzenie kadry kierowniczej	320
40. Wynagrodzenie biegłego rewidenta	323

Szanowni Akcjonariusze,



Z wielką przyjemnością piszę ten pierwszy list jako prezes spółki giełdowej Allegro.

Rok 2020 przyniósł nam wszystkim bezprecedensowe wyzwania, a najpoważniejszy od wielu dziesięcioleci światowy kryzys wyrzucił nasze życie i działalność biznesową do góry nogami. Gdy pandemia uderzyła po raz pierwszy, naszym priorytetem było oczywiście bezpieczeństwo naszych pracowników i ich rodzin, a także bezpieczeństwo naszych klientów i sprzedawców. Jestem niezmiernie dumny z naszego zespołu, który tak szybko dostosował się do nowej rzeczywistości i zmienił tryb funkcjonowania, aby kontynuować naszą pracę – teraz tym ważniejszą – polegającą na dostarczaniu klientom niezbędnych przedmiotów i (jakże bardzo potrzebnej) rozrywki. W związku z nagłym zamknięciem sklepów stacjonarnych wiosną, nasi klienci częściej niż kiedykolwiek korzystali z Allegro, zamawiając towary dostarczane w możliwie najbezpieczniejszy sposób. Świadomi mnóstwa wyzwań, z jakimi przyszło mierzyć się społeczeństwu i ciesząc się z relatywnie uprzywilejowanej pozycji, w jakiej się znaleźliśmy, podjęliśmy wiele inicjatyw, aby dać innym coś od siebie. Były to, między innymi, znaczne dotacje wspierające krajowy system opieki zdrowotnej, niezliczone godziny pracy wolontariackiej, darmowy pakiet SMART! dla wszystkich klientów podczas pierwszego lockdownu oraz pakiety wsparcia dla naszych sprzedawców, zapewnione wtedy, gdy okazały się najbardziej potrzebne. Oprócz wielu poświęconych godzin, w wymiarze finansowym łączna wartość dotychczasowego wkładu Allegro w walkę z COVID-19 to 490 mln zł. Nasz ważny i wartościowy wkład nie byłby możliwy bez ciężkiej pracy i zaangażowania pracowników Allegro, z którego jestem niezmiernie dumny.

Z punktu widzenia biznesu Allegro, rozwój handlu elektronicznego znacznie przyspieszył w 2020 roku, co było ważnym impulsem dla naszego wzrostu. Każdego miesiąca coraz więcej nowych klientów robi u nas zakupy, a wartość ich zakupów w przeliczeniu na jednego klienta stale rośnie – liczba aktywnych kupujących wzrosła o 14% r/r do 13 milionów. W 2020 roku wydali średnio blisko PLN 2.700, czyli o 36% więcej niż w 2019 roku. Klienci mogą obecnie wybierać spośród ponad 200 mln ofert w niskich cenach, zamieszczonych przez ponad 120 tys. sprzedawców. Zamówienia klientów często dostarczane są następnego dnia, a w większości przypadków za darmo, przede wszystkim dzięki pakietowi SMART!, którego popularność wciąż rośnie, przewyższając nasze oczekiwania. Klienci zdecydowanie lubią robić u nas zakupy, o czym świadczy nasz wiodący na rynku wynik NPS wynoszący ponad 70, który obecnie plasuje nas wśród najpopularniejszych marek konsumenckich na świecie.

Co ważne, nieustannie zachwycając naszych klientów kolejnymi ulepszeniami i innowacyjnymi rozwiązaniami udało nam się osiągnąć lepsze wyniki finansowe od oczekiwanych. W 2020 roku GMV, czyli wartość produktów sprzedanych na naszej platformie, która jest kluczowym wskaźnikiem dla każdej firmy z branży handlowej wzrosła o 54% r/r do łącznie 35,1 mld zł.

CORAZ WIĘKSZA DYNAMIKA KOŁA ZAMACHOWEGO

Choć nasze wyniki finansowe w 2020 roku napawają nas dumą, nie spoczywamy na laurach. Nadal skupiamy się na zapewnianiu stabilnego wzrostu w perspektywie długoterminowej, wspartego znacznymi inwestycjami w naszą platformę. E-commerce w Polsce i regionie nadal stanowi mniej niż 12% całego rynku handlu detalicznego, co jest wynikiem znacznie poniżej średniej wielu krajów z Europy Zachodniej i innych części świata. Jesteśmy wciąż na wczesnym etapie kształtowania naszej krzywej wzrostu, co jest dla nas fantastyczną okazją do dalszego osiągania dobrych wyników dla naszych inwestorów. Chcemy być liderem wypełniającym tę lukę, skupiając się na przyciąganiu jeszcze większej liczby konsumentów i oferowaniu im obsługi coraz wyższej jakości na każdym etapie dokonywania zakupu. Uda nam się to tylko wtedy, gdy z równą determinacją będziemy przyciągać kolejnych sprzedawców, którzy zaoferują konsumentom jeszcze większy wybór i najatrakcyjniejsze ceny. Wszystkie nasze działania opieramy przede wszystkim na technologii, wykorzystując inwestycje w badania i rozwój, aby zwiększać skalę naszej działalności, w szczególności poprzez zastosowanie sztucznej inteligencji i uczenia maszynowego.

Poza rozwojem naszej głównej platformy, w 2021 roku będziemy rozwijać nowe produkty, takie jak Allegro Pay i Allegro Biznes. W coraz większym stopniu infrastruktura fizyczna będzie stanowić drugi filar naszych działań. Zaplanowaliśmy inwestycje, które pozwolą nam rozbudować nowe usługi logistyczne i usługi realizacji zamówień dla naszych sprzedawców, które podniosą jakość obsługi naszych klientów w obszarze dostaw. Będziemy również analizować możliwości rozwoju naszej działalności na rynkach zagranicznych, poszukując okazji na dodanie wartości – tak jak w Polsce. W obliczu zaostrzającej się konkurencji jesteśmy przekonani, że zwrot z tych inwestycji w sposób trwały ugruntuje naszą pozycję.

Poza dbaniem o interesy naszych klientów, sprzedawców, pracowników i akcjonariuszy, chcemy również, aby nasz rozwój był zrównoważony i odpowiedzialny w długim okresie, z korzyścią dla ogółu społeczeństwa. Zaktualizowaliśmy naszą Strategię CSR i Zrównoważonego Rozwoju na lata 2020–2023, której celem jest ograniczenie zużycia energii i emisji dwutlenku węgla, związanych z dostawami zamawianych produktów. Jako lider branży, Allegro dołączyło do UN Global Compact, największej na świecie inicjatywy korporacyjnej na rzecz zrównoważonego rozwoju oraz bierze udział

w debacie dotyczącej spraw regulacyjnych w Polsce oraz Europie – wszystko po to, żeby pomóc wypracować lepsze rozwiązania prawne wspierające konsumentów, MŚP oraz europejskie firmy technologiczne. Reprezentantka Allegro pełni również funkcję przewodniczącej European Tech Alliance, która reprezentuje interesy europejskiej branży technologicznej w Brukseli.

Aby zrealizować nasze plany, będziemy w dalszym ciągu inwestować w rozwój zespołu Allegro w różnych częściach Polski, przyciągając największe talenty z kraju i z zagranicy. Jesteśmy jednym z najbardziej atrakcyjnych pracodawców w Polsce, oferującym możliwości rozwoju w najbardziej innowacyjnym obszarze gospodarki. Tworzymy też różnorodne miejsca pracy o dynamicznej merytokracji, w której najlepsi i najzdolniejsi mogą realizować swój potencjał, podejmując działania o dużym znaczeniu.

Wreszcie, w październiku ubiegłego roku zadebiutowaliśmy na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie w ramach oferty publicznej uznanej za największą w historii w Polsce, a także największą w zeszłym roku ofertę publiczną w europejskiej branży technologicznej. Dzięki debiutowi giełdowemu wszyscy nasi wspaniali pracownicy stali się akcjonariuszami, zyskując możliwość czerpania korzyści z naszego sukcesu w przyszłości. Dziękujemy za wiarę w nas i za dołączenie do nas w naszej podróży!

Bardzo cenimy zaufanie, jakim nas obdarzyliście i w imieniu całego zespołu Allegro życzę dużo zdrowia i satysfakcji w kolejnym roku.

François Nuyts





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.
„SI”	Sztuczna inteligencja.
„AIP”	Program motywacyjny Allegro Incentive Plan.
„Allegro.pl”	Allegro.pl sp. z o.o.
„Rada Dyrektorów” lub „Rada”	Rada Dyrektorów Spółki.
„CAGR”	Złożona roczna stopa wzrostu.
„Ceneo.pl”	Ceneo.pl 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 powiązаныmi” (zgodnie z definicją w brytyjskiej Ustawie o Spółkach z 2006 r.) oraz/lub fundusze zarządzane przez którąkolwiek z tych spółek lub podmiotów albo takie, na rzecz których dowolna z tych spółek lub dowolny z tych podmiotów świadczy usługi doradcze.
„Spółka” lub „Allegro.eu”	Allegro.eu (dawniej Adinan Super Topco S.à r.l.) – spółka akcyjna (société anonyme), utworzona i prowadząca działalność zgodnie z przepisami prawa luksemburskiego, obecnie 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.
„Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów”	Ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (t.j. Dz.U. z 2020 r. poz. 1076 z późn. zm.).
„KE”	Komisja Europejska.
„UE”	Unia Europejska.
„Euro” lub „EUR”	Euro, tj. wspólna waluta państw członkowskich uczestniczących w Trzecim Etapie Europejskiej Unii Gospodarczej i Walutowej Traktatu Ustanawiającego Wspólnotę Europejską, z jego późniejszymi zmianami.
„FinTech”	Technologia finansowa.
„rok obrotowy”	Rok obrotowy Spółki kończący się 31 grudnia odpowiedniego roku kalendarzowego.

„GMV”	Wartość sprzedaży brutto.
„Grupa”	Allegro.eu i jej spółki zależne podlegające konsolidacji.
„GUS”	Główny Urząd Statystyczny.
„MSR”	Międzynarodowe Standardy Rachunkowości przyjęte przez UE.
„MSSF”	Międzynarodowe Standardy Sprawozdawczości Finansowej przyjęte przez UE.
„MSSF 15”	Międzynarodowy Standard Sprawozdawczości Finansowej nr 15 „Przychody z umów z klientami”.
„IPO”	Pierwsza oferta publiczna akcji Spółki na GPW.
„IT”	Technika informatyczna.
„Kluczowi Menedżerowie”	Osoby uważane, obok Rady Dyrektorów, za mające istotne znaczenie dla ustalenia, że Grupa posiada odpowiednią wiedzę i doświadczenie w zakresie zarządzania jej działalnością.
„Luksemburg”	Wielkie Księstwo Luksemburga.
„MBM”	Członek Zarządu jednej z głównych spółek operacyjnych: Allegro.pl lub Ceneo.pl
„NPS”	Wskaźnik rekomendacji netto (ang. net promoter score)
„OC&C”	Spółka OC&C Strategy Consultants.
„OSA”	Oficjalny Sklep Allegro, działalność własna Allegro.pl.
„Permira”	W zależności od kontekstu, dowolna, dowolne lub wszystkie z następujących spółek: Permira Holdings Limited, Permira Debt Managers Limited, Permira Advisers (London) Limited, Permira Advisers LLP wraz z jednostkami zależnymi Permira Holdings Limited prowadzącymi działalność w danym czasie, oraz różnymi 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.
„Raport”	Niniejszy raport roczny Spółki.
„SKU”	Jednostka magazynowa (ang. stock keeping unit).
„MŚP”	Podmiot zaliczany do kategorii małych i średnich przedsiębiorstw.
„sp. z o.o.”	Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością.
„UOKiK”	Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów.
„Prezes UOKiK”	Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.
„WIBOR”	Warszawska oferowana stopa procentowa na rynku międzybankowym, czyli średnie oprocentowanie oszacowane przez główne banki w Warszawie, które zostałyby zastosowane w przypadku zaciągnięcia pożyczki przez typowy bank należący do kategorii głównych banków w innym banku. O ile nie wskazano inaczej, stopa WIBOR dla pożyczek zaciąganych na okres trzymiesięczny.
„GPW”	Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. oraz, o ile z kontekstu nie wynika inaczej, rynek regulowany prowadzony przez tę spółkę.
„Dobre praktyki GPW”	„Dobre praktyki spółek notowanych na GPW” (załącznik do uchwały nr 17/1249/2015 Rady Nadzorczej Giełdy z dnia 19 maja 2015 r., przyjęty zgodnie z §29 ust. 1 Regulaminu Giełdy) będące zbiorem zasad i rekomendacji dotyczących ładu korporacyjnego obowiązującego spółki notowane na GPW.
„r/r”	W ujęciu rok do roku.

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

2. Wprowadzenie

Niniejszy dokument stanowi raport roczny 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.pl i Ceneo.pl są głównymi spółkami operacyjnymi Grupy, utworzonymi zgodnie z prawem polskim. Grupa jest również operatorem eBilet, wiodącego portalu sprzedaży biletów na imprezy w Polsce.

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

Na dzień sporządzenia Raportu: (i) 31,39% wyemitowanych akcji Spółki jest kontrolowane przez Cidinan S.à r.l., niepubliczną spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością (société à responsabilité limitée) utworzoną i prowadzącą działalność zgodnie z przepisami prawa Wielkiego Księstwa Luksemburga, z siedzibą pod adresem: 4, rue Albert Borschette, L-1246 Luksemburg, Wielkie Księstwo Luksemburga, wpisaną do Rejestru Handlu i Spółek Luksemburga (Registre de Commerce et des Sociétés, Luxembourg) pod numerem B204672 („Cidinan S.à r.l.”), reprezentującą interesy Cinven i Współinwestorów, (ii) 31,39% jest kontrolowane przez Permira VI Investment Platform Limited, reprezentującą interesy Permira i Współinwestorów, a (iii) 6,98% jest kontrolowane przez Mepinan S.à r.l., niepubliczną spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością (société à responsabilité limitée) utworzoną i prowadzącą działalność zgodnie z przepisami prawa Wielkiego Księstwa Luksemburga, z siedzibą pod adresem: 163, rue du Kiem, L-8030 Strassen, Wielkie Księstwo Luksemburga, wpisaną do Rejestru Handlu i Spółek Luksemburga (Registre de Commerce et des Sociétés, Luxembourg) pod numerem B246319 („Mepinan S.à r.l.”), reprezentującą interesy funduszy Mid Europa Partners. Pozostałe 30,24% akcji stanowi własność innych akcjonariuszy. Liczba akcji posiadanych przez każdego inwestora jest równa liczbie głosów, gdyż Spółka nie wyemitowała żadnych akcji uprzywilejowanych.

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 nieznanne 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” 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 2020 r. oraz za okresy dwunastu miesięcy zakończone 31 grudnia 2020 r. i 31 grudnia 2019 r., które zostały sporządzone na podstawie rocznych skonsolidowanych sprawozdań finansowych Grupy na dzień 31 grudnia 2020 r. i za okresy dwunastu miesięcy zakończone 31 grudnia 2020 r. i 31 grudnia 2019 r. („Sprawozdania Finansowe”), sporządzonych zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej zatwierdzonymi przez Unię Europejską, i które zostały ujęte w innych częściach niniejszego Raportu. Sprawozdania Finansowe zostały zbadane przez spółkę PricewaterhouseCoopers, Société coopérative.

ALTERNATYWNE MIERNIKI WYNIKÓW

Grupa zawarła w niniejszym Raporcie pewne alternatywne mierniki wyników („AMW”), w tym w szczególności, Aktywni Kupujący, GMV, GMV na jednego Aktywnego Kupującego, Skorygowana EBITDA, Skorygowana EBITDA/przychody netto, Skorygowana EBITDA/GMV, łączne nakłady inwestycyjne, skapitalizowane koszty prac rozwojowych, pozostałe nakłady inwestycyjne, zadłużenie netto, dźwignia finansowa netto oraz kapitał obrotowy.

GRUPA ZDEFINIOWAŁA NASTĘPUJĄCE AMW:

„**Aktywni Kupujący**” oznacza, na koniec danego okresu, każdy unikalny adres e-mail powiązany z kupującym, który dokonał zakupu na Allegro.pl lub Allegrolokalnie.pl (z wyłączeniem eBilet.pl) w ciągu ostatnich dwunastu miesięcy;

„**Skorygowana EBITDA**” oznacza zysk na działalności operacyjnej przed spłatą odsetek, opodatkowaniem i amortyzacją, z wyłączeniem kosztów transakcyjnych, kosztów monitorowania, kosztów sporządzenia strategii rynkowej, kosztów restrukturyzacji zatrudnienia, kosztów postępowań regulacyjnych, kosztów restrukturyzacji grupy, dotacji na rzecz różnych organizacji pożytku publicznego, części premii dla pracowników, Programu Inwestycyjnego dla kierownictwa, wydatków środków na ochronę sanitarną pracowników oraz programów motywacyjnych dla pracowników;

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

„**Skorygowana EBITDA/Przychody netto**” oznacza Skorygowaną EBITDA podzieloną przez przychody netto;

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

„**Skapitalizowane koszty prac rozwojowych**” oznacza 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 platformach Allegro.pl, Allegrolokalnie.pl i eBilet.pl (łącznie z podatkiem VAT);

„**GMV na jednego Aktywnego Kupującego**” oznacza wartość sprzedaży (GMV) za okres dwunastu miesięcy poprzedzający koniec danego okresu (z wyłączeniem sprzedaży biletów eBilet) podzieloną przez liczbę Aktywnych Kupujących na koniec okresu;

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

„**dźwignia finansowa netto**” oznacza zadłużenie netto podzielone przez Skorygowaną EBITDA za poprzednie dwanaście miesięcy;

„**pozostałe nakłady inwestycyjne**” oznacza koszty dotyczące budowania właściwej zdolności ośrodków przetwarzania danych, wyposażenia pracowników w odpowiednie urządzenia (tj. stacje robocze), sprzęt biurowy (np. wyposażenie i sprzęt IT) oraz praw autorskich;

„**Wskaźnik realizacji transakcji**” (take rate) oznacza wskaźnik przychodów na platformie handlowej podzielony przez GMV, po odjęciu GMV wygenerowanej przez sprzedaż detaliczną 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

„**kapitał obrotowy**” oznacza sumę zmian stanu zapasów, należności handlowych oraz pozostałych, zobowiązań handlowych oraz pozostałych, oraz zobowiązań wobec pracowników w danym okresie.

Grupa prezentuje AMW, 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 platformie Allegro.pl, Ceneo.pl, eBilet.pl i Allegro Lokalnie. Grupa uważa, że to rozbieżności 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.

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

AMW 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 kontraktowych; 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 podlegać 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 AMW nie powinny być rozpatrywane w oderwaniu lub jako mierniki zastępcze dla mierników wyników obliczanych zgodnie z MSSF.



Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.



allegro

II.
Raport
z działalności

1.

Wybrane skonsolidowane dane finansowe i operacyjne

	Rok obrotowy 2020	Rok obrotowy 2019	Zmiana %	Q4 2020 (niebadane przez biegłego rewidenta)	Q4 2019 (niebadane przez biegłego rewidenta)	Zmiana %
Rachunek zysków i strat, w mln PLN						
Przychody netto	3 997,8	2 592,3	54,2%	1 299,0	805,6	61,2%
EBITDA	1 586,8	1 325,4	19,7%	513,5	380,6	34,9%
Skorygowana EBITDA	1 750,0	1 338,1	30,8%	533,5	384,3	38,8%
EBIT	1 123,0	886,1	26,7%	394,9	267,3	47,7%
Zysk / (strata) przed podatkiem dochodowym	616,7	513,0	20,2%	324,7	166,3	95,2%
Zysk / (strata) netto	418,6	393,1	6,5%	260,6	123,9	110,2%
Skorygowany zysk netto	731,8	403,7	81,3%	287,6	127,0	126,5%
KPIs						
Aktywni Kupujący (w mln)	13,0	11,4	14,2%	13,0	11,4	14,2%
GMV na jednego Aktywnego Kupującego (w PLN)	2 698,6	1 984,9	36,0%	2 698,6	1 984,9	36,0%
GMV (w mln PLN)	35 110,9	22 801,0	54,0%	10 851,2	6 888,0	57,5%
Wskaźnik realizacji transakcji (Take Rate) (%)	9,27%	9,26%	0,01 pp	9,44%	9,14%	0,30 pp

	Rok obrotowy 2020	Rok obrotowy 2019	Zmiana %	Q4 2020 (niebadane przez biegłego rewidenta)	Q4 2019 (niebadane przez biegłego rewidenta)	Zmiana %
Przepływy pieniężne, w mln PLN						
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	1 509,9	1 246,5	21,1%	344,9	344,5	0,1%
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(218,2)	(202,9)	7,5%	48,6	(36,0)	33,0%
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(510,5)	(1 433,8)	(64,4%)	163,1	(112,5)	(245,1%)
Zwiększenie/(zmniejszenie) stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	781,2	(390,2)	(300,2%)	460,1	196,0	134,7%

Bilans, w mln PLN	31.12.2020	31.12.2019	Change %
Aktywa	15 147,9	14 278,0	6,1%
Kapitał własny	8 089,6	6 683,6	21,0%
Zadłużenie netto	4 326,0	6 018,6	(28,1%)

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 przez biegłego rewidenta)	Rok obrotowy 2020	Rok obrotowy 2019	Zmiana %	Q4 2020	Q4 2019	Zmiana %
Aktywni Kupujący (w mln)	13,0	11,4	14,2%	13,0	11,4	14,2%
GMV na jednego Aktywnego Kupującego (w PLN)	2 698,6	1 984,9	36,0%	2 698,6	1 984,9	36,0%
GMV (w mln PLN)	35 110,9	22 801,0	54,0%	10 851,2	6 888,0	57,5%
Wskaźnik realizacji transakcji (Take Rate) (%)	9,27%	9,26%	0,01pp	9,44%	9,14%	0,30pp
Skorygowana EBITDA (w mln PLN)	1 750,0	1 338,1	30,8%	533,5	384,3	38,8%
Skorygowana EBITDA/przychody netto (%)	43,8%	51,6%	(7,84pp)	41,1%	47,7%	(6,63pp)
Skorygowana EBITDA/GMV (%)	4,98%	5,87%	(0,88pp)	4,92%	5,58%	(0,66pp)

GMV i Aktywni Kupujący

W roku obrotowym 2020 wskaźnik GMV osiągnął poziom 35 110,9 mln PLN, +54,0% r/r, przy czym w samym IV kwartale 2020 r. GMV wyniósł 10 851,2 mln PLN, co oznacza wzrost o +57,5% r/r. W roku obrotowym 2020 na wzrost wskaźnika GMV Grupy pozytywnie wpłynął silny wzrost zainteresowania zakupami internetowymi wśród polskich konsumentów w reakcji na pandemię COVID-19. W okresie od czerwca 2019 r. do lutego 2020 r. stopa wzrostu GMV w ujęciu rok do roku pozostawała zasadniczo na podobnym poziomie, wahającym się pomiędzy 22% a 33%, po czym wzrosła do 47% w marcu, 85% w kwietniu i 73% w maju 2020 r. W odpowiedzi na pandemię COVID-19, Grupa wdrożyła ofertę zapewniającą wszystkim kupującym na jej platformie bezpłatne dostawy i zwroty w ramach programu SMART!, który dostępny był nieodpłatnie przez trzy miesiące od połowy marca do połowy czerwca 2020 r. Po zniesieniu przez polski rząd pierwszych ograniczeń związanych z pandemią COVID-19 w maju 2020 r. Grupa w dalszym ciągu odnotowywała zwiększony popyt kupujących na oferowane usługi e-commerce. Grupa uważa, że może to świadczyć o przyspieszonym przechodzeniu do stanu, w którym zakupy w internecie stają się trwałym modelem zachowań konsumenckich w dłuższej perspektywie czasowej, tj. również po ustąpieniu kryzysu związanego z pandemią. Od połowy października Grupa zaobserwowała ponowne przyspieszenie wzrostu GMV, ponieważ rosnąca liczba zakażeń COVID-19 skłoniła polski rząd do wprowadzenia kolejnego częściowego lockdownu, w tym zamknięcia centrów handlowych w dniach 7-27 listopada 2020 r. W przeciwieństwie do lockdownu, który obowiązywał w II kwartale, sklepy nienależące do kategorii „niezbędnych do zaspokojenia potrzeb życiowych”, które posiadały wejścia z zewnątrz budynku, mogły pozostać otwarte, co pozwoliło zmniejszyć skalę ogólnych zakłóceń w pozainternetowym handlu detalicznym. Po ponownym otwarciu centrów handlowych wzrost wskaźnika GMV utrzymał się na wysokim poziomie w porównaniu z poziomem sprzed pandemii dzięki dalszemu wzrostowi popytu ze strony nabywców na usługi e-commerce. Kolejnymi czynnikami wspierającymi wzrost GMV w roku obrotowym 2020 były ponadplanowe wyniki Grupy w obszarze pozyskiwania nowych abonentów do programu SMART! oraz kampanie promocyjne SMART! Week i Black Week.

Wyniki w zakresie wzrostu GMV w ujęciu rok do roku zostały pomniejszone o 1,3 p.p. w roku obrotowym 2020 i 2,8 p.p. w IV kwartale 2020 r. w związku ze spadkiem sprzedaży biletów w eBilet w wyniku ograniczeń mających zastosowanie do liczby uczestników imprez na skutek pandemii, które utrzymywały się w ciągu roku, ograniczając popyt na bilety.

Na wzrost liczby abonentów programu SMART! wpływ miał znaczny wskaźnik konwersji kupujących, którzy skorzystali z darmowych subskrypcji SMART! oferowanych przez Grupę w czasie lockdownu w II kwartale i decydując się na zakup abonamentu w II połowie 2020 r., oraz dodatkowe kampanie marketingowe w postaci promocji „Rok za 39 zł” uruchomionej podczas Black Week i trwającej do świąt Bożego Narodzenia, programu lojalnościowego SMART! Student wdrożonego w październiku oraz wprowadzonej w listopadzie możliwości płacenia gotówką przy odbiorze za zakupy dokonane w ramach programu SMART!. Kupujący posiadający abonament SMART! zazwyczaj wydają więcej niż osoby niebędące jego uczestnikami dzięki korzyściom wynikającym z darmowej dostawy.

Dynamika wzrostu liczby Aktywnych Kupujących utrzymywała się na wysokim poziomie zarówno w trakcie lockdownu, jak i po jego zniesieniu – w ciągu roku liczba kupujących zwiększyła się o 1,6 mln, przy czym liczba Aktywnych Kupujących w IV kwartale wzrosła o 0,4 mln do poziomu 13,0 mln za ostatnie dwanaście miesięcy według stanu z dnia 31 grudnia 2020 r. przy łącznym wzroście r/r na poziomie 14,2%. Wskaźnik GMV na jednego Aktywnego Kupującego wzrósł o 36% w roku obrotowym 2020 przy wzroście wynoszącym 9,5% kw/kw w IV kwartale 2020 r. i osiągnął poziom 2699 PLN. Połączenie wzrostu liczby Aktywnych Kupujących i GMV na jednego Aktywnego Kupującego przyniosło wzrost GMV za ostatnie dwanaście miesięcy w wysokości 55,3% do poziomu 35 055 mln PLN (z wyłączeniem eBilet).

Skorygowana EBITDA

Skorygowana EBITDA Grupy wzrosła w trakcie roku obrotowego 2020 o 411,9 mln PLN, czyli o 30,8% r/r, z 1338,1 mln PLN w roku obrotowym 2019 do 1750,0 mln PLN w roku obrotowym 2020 r. Skorygowana EBITDA w IV kwartale 2020 wzrosła o 149,2 mln PLN, czyli o 38,8% r/r, z 384,3 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 533,5 mln PLN w IV kwartale 2020 r. Wynik ten został osiągnięty dzięki wzrostowi GMV Grupy o 54% r/r w roku obrotowym 2020 oraz o 57,5% r/r w IV kwartale 2020 r., co spowodowało wzrost przychodów o 54,2% r/r w roku obrotowym 2020 i 61,2% w IV kwartale 2020 r. Wskaźnik realizacji transakcji był zasadniczo stabilny w całym roku obrotowym 2020. Na początku roku wartość tego wskaźnika była stosunkowo niższa ze względu na podjęte przez Grupę inicjatywy wspierające sprzedających w związku z pierwszym lockdownem mającym na celu ograniczenie rozprzestrzeniania się zakażeń koronawirusem w II kwartale 2020 r., z widoczną progresją kwartalną, która rozpoczęła się w III kwartale 2020 r. i przyspieszyła w IV kwartale 2020 r., po wprowadzeniu zmian w cenniku, pierwotnie opóźnionych w związku z lockdownem w II kwartale roku. Koszty operacyjne w roku obrotowym 2020 wzrosły o 90,3% r/r, z czego koszty dostaw netto wzrosły o 157,9% r/r. Wzrost kosztów operacyjnych stanowił odzwierciedlenie inwestycji w działalność mających na celu umożliwienie szybkiego wzrostu GMV oraz strategicznych inwestycji w przyrost liczby abonentów programu SMART!, co doprowadziło do

wzrostu kosztów dostaw netto oraz przyczyniło się do znacznego wzrostu kosztów marketingowych w trakcie kampanii darmowego programu SMART! w II kwartale 2020 r. W IV kwartale 2020 r. efekt dźwigni operacyjnej wywarł korzystny wpływ na wszystkie pozycje kosztów sprzedaży, ogólnego zarządu i administracji jako procenta przychodów, co w pewnym stopniu ograniczyło obciążenie marż wynikające z rosnących kosztów dostaw w ramach programu SMART!.

Kierownictwo jest zdania, że mimo iż inwestycje w bazę abonentów SMART! przełożyły się na spadek marży Skorygowanej EBITDA/GMV w roku obrotowym 2020 o 88 punktów bazowych z 5,87% w 2019 r. do 4,98% w 2020 r., to jednak przyczyniły się one do osiągnięcia stopniowego wzrostu EBITDA w analizowanym okresie oraz będą w dalszym ciągu trwale wspierać osiągnięcie coraz wyższych zysków całkowitych w kolejnych latach.

W IV kwartale 2020 r. Grupa rozpoznała dodatkowy odpis w wysokości 10,9 mln PLN z tytułu przydziału akcji Spółki pracownikom, przy czym większość kosztów IPO Allegro.eu i kosztów refinansowania została rozpoznana w III kwartale i uwzględniona w korektach EBITDA. Poniższa tabela przedstawia uzgodnienie pomiędzy raportowaną a Skorygowaną EBITDA za analizowane okresy:

Uzgodnienie Skorygowanej EBITDA w mln PLN (niebadane przez biegłego rewidenta)	Rok obrotowy 2020	Rok obrotowy 2019	Zmiana %	Q4 2020	Q4 2019	Zmiana %
EBITDA	1 586,8	1 325,4	19,7%	513,5	380,6	34,9%
Koszty doradztwa ^[1]	1,8	3,3	(44,8%)	(1,0)	0,4	(335,4%)
Koszty postępowań regulacyjnych, opłaty prawne ^[2]	4,9	2,9	66,8%	2,3	2,0	14,7%
Koszty restrukturyzacji Grupy ^[3]	7,2	0,9	714,3%	4,4	0,2	1 650,0%
Darowizny na rzecz różnych organizacji pożytku publicznego ^[4]	6,9	–	n/a	2,4	–	n/a
Premia dla pracowników i środki ochrony sanitarnej dla pracowników ^[5]	3,3	–	n/a	0,4	–	n/a
Program motywacyjny Allegro Incentive Plan ^[6]	25,4	–	n/a	10,9	–	n/a
Program Inwestycyjny dla kierownictwa ^[7]	52,2	4,3	1 108,0%	–	1,1	(100,0%)
Koszty transakcyjne ^[8]	61,6	1,4	4 403,9%	0,7	–	n/a
Skorygowana EBITDA	1 750,0	1 338,1	30,8%	533,5	384,3	38,8%

[1] Koszty poniesione w odniesieniu do świadczenia usług doradczych przez akcjonariuszy Grupy, w tym koszty podróży i koszty usług świadczonych odnośnie do projektów leżących poza zakresem obowiązków nadzorczych.

[2] Koszty prawne dotyczące postępowania regulacyjnego, opłat prawnych oraz kosztów rozliczeń, prowadzonego przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK) w trakcie kontroli w siedzibie Allegro w czerwcu 2017 r. dotyczącej postępowania wobec Allegro.pl w sprawie zarzutu nadużywania dominującej pozycji przez Allegro.pl na polskim rynku usług pośrednictwa sprzedaży B2C oraz innych postępowań.

[3] Koszty badania prawnego i finansowego dotyczącego niedokonanych przejęć spółek oraz inne koszty prawne.

[4] Darowizny dokonane przez Grupę celem wsparcia kilku organizacji pożytku publicznego w czasie pandemii COVID-19.

[5] Koszty poniesione przez Grupę na zakup środków ochrony sanitarnej dla pracowników i wypłatę premii dla pracowników na zakup sprzętu wymaganego do pracy zdalnej w czasie pandemii COVID-19.

[6] Zawiera jednorazowy przydział akcji na rzecz pracowników, przeprowadzony podczas IPO Grupy.

[7] Koszt wynagrodzenia w formie akcji dotyczył elementów motywacyjnych Programu Inwestycyjnego dla kierownictwa („MIP”), w których uczestniczyło kierownictwo pośrednio poprzez inwestycje w akcje Adiman SCSp Trust i bezpośrednio poprzez akcje serii C i D wyemitowane przez Allegro.eu. Program Inwestycyjny dla kierownictwa („MIP”) zakończył się z chwilą pełnego rozliczenia IPO Grupy. Wzrost kosztów wynagrodzenia w formie akcji ujętych w roku obrotowym 2020 jest wynikiem nowych inwestycji w MIP zrealizowanych przy pomocy pożyczek z niepełną odpowiedzialnością dłużnika.

[8] Przedstawia koszty usług doradczych i konsultingowych poniesione w trakcie procesu IPO w 2020 r (61 139 tys. PLN) oraz nabycie udziałów mniejszościowych 20% w eBilet (430 tys. PLN). W 2019 r. Grupa poniosła jedynie koszty związane z pierwotnym przejęciem eBilet w kwietniu 2019 r. (1367 tys. PLN).

2.2. Omówienie wyników finansowych i operacyjnych Grupy Allegro.eu

2.2.1. Przegląd wyników za IV kwartał 2020 r.

Wynik na działalności operacyjnej

Poniższa tabela przedstawia skrócone skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów Grupy za IV kwartał 2020 r.

Rachunek zysków i strat, w mln PLN (niebadane przez biegłego rewidenta)	Q4 2020	Q4 2019	Change %
Przychody netto	1 299,0	805,6	61,2%
Przychody platformy handlowej	1 012,9	623,5	62,4%
Usługi reklamowe	118,3	71,4	65,7%
Przychody z porównywarki cenowej	63,2	47,7	32,3%
Sprzedaż towarów	98,4	57,0	72,6%
Pozostałe przychody	6,2	6,0	3,8%
Koszty operacyjne	(785,4)	(425,1)	84,8%
Koszty obsługi płatności	(42,5)	(34,7)	22,6%
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	(102,4)	(61,3)	67,0%
Koszty dostaw netto	(272,2)	(97,4)	179,5%
Koszty usług marketingowych	(168,9)	(104,8)	61,1%
Koszty pracownicze netto	(133,2)	(81,5)	63,4%
Koszty usług IT netto	(19,2)	(12,5)	53,7%
Pozostałe koszty netto	(42,3)	(27,4)	54,5%
Odpisy netto utraty wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów z klientami	(4,1)	(5,5)	(26,5%)
Koszty transakcyjne	(0,7)	–	n/a
Zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją (EBITDA)	513,5	380,6	34,9%

Rachunek zysków i strat, w mln PLN (niebadane przez biegłego rewidenta)	Q4 2020	Q4 2019	Change %
Amortyzacja	(118,6)	(113,3)	4,7%
Amortyzacja wartości niematerialnych i prawnych	(102,2)	(98,9)	3,3%
Amortyzacja środków trwałych	(16,5)	(14,4)	14,4%
Zysk z działalności operacyjnej	394,9	267,3	47,7%
Wynik finansowy netto	(70,2)	(100,9)	(30,4%)
Przychody finansowe	3,7	1,2	193,9%
Koszty finansowe	(73,7)	(104,5)	(29,5%)
(Dodatnie)/ujemne różnice kursowe	(0,2)	2,4	(106,4%)
Zysk przed opodatkowaniem	324,7	166,3	95,2%
Podatek dochodowy	(64,1)	(42,4)	51,3%
Zysk netto	260,6	123,9	110,2%
Pozostałe całkowite dochody/(straty)	11,1	(8,7)	(227,9%)
Razem całkowite dochody w okresie	271,6	115,3	135,7%

Przychody netto

Przychody netto wzrosły o 493,3 mln PLN, czyli o 61,2%, z 805,6 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 1299,0 mln PLN w IV kwartale 2020 r. Wzrost ten wynikał głównie ze wzrostu przychodów z platformy handlowej, usług reklamowych oraz przychodów ze sprzedaży detalicznej.

PRZYCHODY PLATFORMY HANDLOWEJ

Przychody platformy handlowej wzrosły o 389,4 mln PLN, czyli o 62,4%, z 623,5 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 1012,9 mln PLN w IV kwartale 2020 r. Wzrost ten wynikał głównie ze wzrostu GMV o 57,5% rok do roku, wspieranego przez wzrost wskaźnika realizacji transakcji (take rate) Grupy o 30 punktów bazowych. W IV kwartale 2020 r. stopniowy wzrost wskaźnika realizacji transakcji, widoczny już w III kwartale 2020 r., był kontynuowany, w miarę jak wcześniej opóźnione zmiany w zakresie prowizji od sprzedaży i wprowadzenie współfinansowania kosztów dostaw kurierskich na początku roku wywierały korzystny wpływ na wzrost wskaźnika realizacji transakcji, niwelując niesprzyjający wpływ zwłaszcza stałych nietransakcyjnych składników wskaźnika realizacji transakcji, których tempo wzrostu było niższe niż w przypadku GMV, co oznaczało ich spadek w ujęciu procentowym w stosunku do GMV.

Znaczny spadek sprzedaży biletów przez jednostkę eBilet wynikający z ciągłych ograniczeń związanych z pandemią COVID-19 w zakresie organizacji imprez masowych spowodował odjęcie 14 punktów bazowych od zmiany wskaźnika realizacji transakcji w ujęciu rok do roku w analizowanym okresie.

Trendy wzrostu GMV i czynniki im sprzyjające zostały omówione w rozdziale „Kluczowe wskaźniki efektywności” powyżej.

USŁUGI REKLAMOWE

Przychody z usług reklamowych wzrosły o 46,9 mln PLN, czyli o 65,7%, z 71,4 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 118,3 mln PLN w IV kwartale 2020 r. Wzrost ten wynikał głównie z silnych wyników reklam ofert sponsorowanych w związku z przyspieszeniem wzrostu ruchu na stronach internetowych Grupy oraz wzrostu liczby sprzedających wykupujących oferty sponsorowane w miarę migracji polskich konsumentów w kierunku e-commerce w wyniku pandemii COVID-19. Wzrost ten wynikał również z poprawy wyników reklamy cyfrowej w związku z samoobsługową skalowalnością i wyższą sprzedażą na rzecz klientów strategicznych.

PRZYCHODY Z PORÓWNYWARKI CENOWEJ

Przychody z porównywarki cenowej wzrosły o 15,4 mln PLN, czyli o 32,3%, z 47,7 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 63,2 mln PLN w IV kwartale 2020 r. Wzrost ten wynikał głównie z wyższych przychodów z opłat cost-per-click, głównie na skutek wyższego średniego kosztu za każde kliknięcie oraz większej liczby wizyt na stronach, skutkującej większą liczbą kliknięć.

SPRZEDAŻ TOWARÓW

Przychody ze sprzedaży towarów wzrosły o 41,4 mln PLN, czyli o 72,6%, z 57,0 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 98,4 mln PLN w IV kwartale 2020 r. Przychody ze sprzedaży towarów 1P stanowiły 1,0% łącznego GMV w IV kwartale 2019 r. i 1,1% łącznego GMV w IV kwartale 2020 r., przy czym wzrost tego udziału był głównie skutkiem zwiększonego wpływu kampanii SMART! Week oraz Black Week w ujęciu rok do roku, w ramach których towary 1P stanowiły znaczną część atrakcyjnych ofert udostępnianych kupującym w celu wygenerowania zwiększonego popytu.

Koszty operacyjne

Koszty operacyjne wzrosły o 360,3 mln PLN, czyli o 84,8%, z 425,1 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 785,4 mln PLN w IV kwartale 2020 r. Wzrost ten wynikał głównie ze wzrostu kosztów dostaw netto, kosztów usług marketingowych i kosztów pracowniczych.

KOSZTY OBSŁUGI PŁATNOŚCI

Koszty obsługi płatności wzrosły o 7,8 mln PLN, czyli o 22,6%, z 34,7 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 42,5 mln PLN w IV kwartale 2020 r. Wzrost ten wynikał z wyższego poziomu sprzedaży na platformie e-commerce Grupy, zrównoważonego w dużym stopniu przez obniżenie stawek usługodawców zewnętrznych w związku z rabatami wynegocjowanymi w drugim kwartale 2019 r., które wzrastają po osiągnięciu uzgodnionych progów wolumenu.

WARTOŚĆ SPRZEDANYCH TOWARÓW I MATERIAŁÓW

Wartość sprzedanych towarów i materiałów wzrosła o 41,1 mln PLN, czyli o 67,0%, z 61,3 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 102,4 mln PLN w IV kwartale 2020 r. Wzrost ten wynikał głównie ze wzrostu sprzedaży w ramach

działalności detalicznej 1P Grupy, przy nieznacznej poprawie marży o 3,5 p.p. w wyniku wprowadzenia zoptymalizowanego algorytmu umożliwiającego bardziej efektywne kosztowo korygowanie przypadków niedopasowania cen.

KOSZTY DOSTAW NETTO

Koszty dostaw netto wzrosły o 174,9 mln PLN, czyli o 179,5%, z 97,4 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 272,2 mln PLN w IV kwartale 2020 r. Wzrost ten wynikał głównie ze wzrostu liczby kupujących na platformie e-commerce Grupy, którzy przystąpili do programu SMART!. Było to częściowo spowodowane kontynuacją konwersji kupujących, którzy skorzystali z darmowych abonamentów SMART! oferowanych przez Grupę w czasie lockdownu w II kwartale i zdecydowali się na zakup abonamentu w IV kwartale, oraz było skutkiem dodatkowych kampanii marketingowych w postaci promocji „Rok za 39 zł” uruchomionej podczas Black Week i trwającej do świąt Bożego Narodzenia, programu lojalnościowego SMART! Student wdrożonego w październiku 2020 r. oraz wprowadzonej w listopadzie możliwości płacenia gotówką przy odbiorze za zakupy dokonane w ramach programu SMART! Niższe koszty jednostkowe w przeliczeniu na jedną paczkę wynikające z wygenerowanych korzyści skali doprowadziły do spadku kosztów dostaw brutto w przeliczeniu na jedną wysłaną paczkę o 2,8% w porównaniu z analogicznym kwartałem poprzedniego roku.

KOSZTY USŁUG MARKETINGOWYCH

Koszty usług marketingowych wzrosły o 64,0 mln PLN, czyli o 61,1%, z 104,8 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 168,9 mln PLN w IV kwartale 2020 r. Wzrost tej pozycji kosztów był zasadniczo zgodny z GMV, natomiast poprawa efektywności wydatków doprowadziła do wyższego udziału GMV z pozyskanego ruchu i lepszego zwrotu z inwestycji marketingowych w usługi pay-per-click (PPC) w porównaniu z analogicznym okresem poprzedniego roku.

KOSZTY PRACOWNICZE

Koszty pracownicze wzrosły o 51,7 mln PLN, czyli o 63,4%, z 81,5 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 133,2 mln PLN w IV kwartale 2020 r. Wzrost ten wynikał częściowo z zatrudnienia nowych pracowników, po-

nieważ zatrudnienie na dzień 31 grudnia było o 26% wyższe niż na dzień 30 grudnia 2019 r., oraz wzrostu wynagrodzeń podstawowych i wzrostu premii rocznych w związku z dobrymi wynikami Grupy. Całkowity wzrost nakładów obejmował kwotę 10,9 mln PLN pozostałych kosztów związanych z wartością akcji przydzielonych pracownikom w ramach IPO.

KOSZTY USŁUG IT

Koszty usług IT wzrosły o 6,7 mln PLN, czyli o 53,7%, z 12,5 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 19,2 mln PLN w IV kwartale 2020 r. Wzrost ten wynikał głównie z nowych licencji dotyczących wprowadzenia nowego oprogramowania i wzrostu kosztu usług informatycznych w związku z wyższymi kosztami platformy technicznej, w tym korzystania z zewnętrznej chmury obliczeniowej, w związku ze wzrostem zapotrzebowania na przestrzeń do przechowywania dla rosnącej liczby aktywnych ofert na platformie e-commerce Grupy.

POZOSTAŁE KOSZTY

Pozostałe koszty wzrosły o 14,9 mln PLN, czyli o 54,5%, z 27,4 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 42,3 mln PLN w IV kwartale 2020 r. Wzrost ten wynikał głównie ze zwiększonych kosztów doradztwa i zaangażowania wykonawców w związku z rozwijaniem nowych produktów i projektów oraz ze zwiększonych kosztów ubezpieczeń członków zarządu („D&O”). Pozycja ta uwzględnia 5,6 mln PLN netto kosztów ujętych jako koszty jednorazowe w uzgodnieniu Skorygowanej EBITDA, na które składają się głównie koszty restrukturyzacji i koszty postępowań regulacyjnych.

ODPISY NETTO UTRATY WARTOŚCI AKTYWÓW FINANSOWYCH I AKTYWÓW Z TYTUŁU UMÓW Z KLIENTAMI

Odpisy netto z tytułu utraty wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów z klientami zmniejszyły się o – 1,5 mln PLN, czyli o – 26,5%, z 5,5 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 4,1 mln PLN w IV kwartale 2020 r. Spadek ten wynikał przede wszystkim z lepszych wyników windykacji oraz rozwiązania rezerw utworzonych na 3-miesięczną prolongatę terminu płatności udzieloną sprzedającym należącym do kategorii MŚP w ramach realizowanego przez Grupę programu wsparcia dla sprzedających w okresie lockdownu w II kwartale.

KOSZTY TRANSAKCYJNE

Koszty transakcyjne wynosiły 0,7 mln PLN, przy zerowym poziomie w IV kwartale 2019 r., w związku z pewnymi niewielkimi pozostałymi do uregulowania kosztami jednorazowymi związanymi z IPO na skutek rozwiązania rezerw po pokryciu faktur końcowych.

Zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją

Zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją wzrósł o 133,0 mln PLN, czyli o 34,9%, z 380,6 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 513,5 mln PLN w IV kwartale 2020 r. na skutek wpływu wyżej opisanych czynników. Kwota ta obejmuje 20,0 mln PLN jednorazowych korekt EBITDA wykazanych w okresie, w tym 10,9 mln PLN wartości akcji przydzielonych pracownikom w związku z IPO, w porównaniu z kwotą 3,8 mln PLN odpowiadającą transakcjom jednorazowym zaksięgowanym w roku poprzednim.

AMORTYZACJA WARTOŚCI NIEMATERIALNYCH I PRAWNYCH

Amortization increased by PLN 3.3 million, or 3.3%, from PLN 98.9 million for Q4 2019 to PLN 102.2 million for Q4 2020. This increase resulted primarily from an increase in intangibles associated with capitalized development costs of projects that were completed and put into use in the twelve months since the end of the prior period.

AMORTYZACJA ŚRODKÓW TRWAŁYCH

Amortyzacja środków trwałych wzrosła o 2,1 mln PLN, czyli o 14,4%, z 14,4 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 16,5 mln PLN w IV kwartale 2020 r. Wzrost ten wynikał głównie z amortyzacji komputerów i sprzętu biurowego w związku z rozwojem organizacji i zwiększeniem parku serwerowego niezbędnego do obsługi platformy handlowej.

Zysk z działalności operacyjnej

Zysk z działalności operacyjnej wzrósł o 127,6 mln PLN, czyli o 47,7%, z 267,3 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 394,9 mln PLN w IV kwartale 2020 r. w wyniku wyżej omówionych czynników.

Wynik finansowy netto

Wynik finansowy netto zmniejszył się 30,7 mln PLN, czyli o 30,4%, z 100,9 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 70,2 mln PLN w IV kwartale 2020 r. Spadek ten wynikał przede wszystkim z niższej marży odsetkowej naliczanej od nowych długoterminowych kredytów Grupy udzielanych po zakończeniu refinansowania w połowie października 2020 r. oraz niższych stóp procentowych. Oba te czynniki przyczyniły się do zmniejszenia kosztów finansowania zewnętrznego.

Odroczone koszty finansowania z tytułu wcześniej zaciągniętych przez Grupę kredytów zostały odpisane w związku z ich przedterminową spłatą dokonaną w ramach refinansowania, zaś kwota 10,7 mln PLN wykazana w IV kwartale dotyczy części całej kwoty wynoszącej 143,4 mln PLN, przypadającej na IV kwartał. Poniższa tabela przedstawia zestawienie przychodów finansowych oraz kosztów finansowych Grupy za wskazane okresy.

mIn PLN (niebadane przez biegłego rewidenta)	Q4 2020	Q4 2019	Zmiana %
Przychody odsetkowe z tytułu lokat i środków na rachunkach bankowych	0,4	0,8	(46,5%)
Pozostałe przychody finansowe	3,3	0,5	573,5%
Różnice kursowe	–	2,4	(100,0%)
Przychody finansowe	3,7	3,6	1,4%
Koszty odsetek	(42,5)	(98,8)	(57,0%)
Odpis odroczonej kosztów kredytów i pożyczek	(10,7)	–	n/a
Instrument zabezpieczający stopę procentową	(15,2)	(3,6)	322,7%
Koszt dobrowolnej spłaty kredytu Second Lien	(0,1)	–	n/a
Odsetki – leasing	(0,7)	(0,9)	(20,3%)
Opłata za dostępność linii kredytowej	(0,9)	(0,9)	(3,0%)
Różnice kursowe	(0,2)	–	n/a
Pozostałe koszty finansowe	(3,6)	(0,3)	1 049,1%
Koszty finansowe	(73,9)	(104,5)	(29,5%)
Wynik finansowy netto	(70,2)	(100,9)	(30,4%)

Zysk przed opodatkowaniem

Zysk przed opodatkowaniem wzrósł o 158,4 mln PLN, czyli o 95,2%, z 166,3 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 324,7 mln PLN w IV kwartale 2020 r. w wyniku wyżej omówionych czynników.

Podatek dochodowy

Podatek dochodowy wzrósł o 21,7 mln PLN, czyli o 51,3%, z 42,4 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 64,1 mln PLN w IV kwartale 2020 r. Wzrost ten wynikał głównie ze zwiększenia zysku na działalności operacyjnej przed uwzględnieniem kosztów jednorazowych, które podwyższyły podstawę opodatkowania. Efektywna stopa podatku Grupy w okresie trzech miesięcy zakończonym 31 grudnia 2019 r. i 2020 r. wynosiła odpowiednio 25,5% i 19,8%, w porównaniu do standardowej stopy podatku dochodowego od osób prawnych w Polsce wynoszącej 19% w każdym z tym okresów.

Poniższa tabela przedstawia zestawienie podatku dochodowego za wskazane okresy.

mIn PLN (niebadane przez biegłego rewidenta)	Q4 2020	Q4 2019	Zmiana %
Podatek dochodowy bieżący	(93,8)	(61,5)	52,5%
(Zwiększenie) / Zmniejszenie rezerwy z tytułu podatku odroczonego	29,7	19,1	55,3%
Podatek dochodowy	(64,1)	(42,4)	51,3%

Zysk netto

Zysk netto wzrósł o 136,6 mln PLN, czyli o 110,2%, z 123,9 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 260,6 mln PLN w IV kwartale 2020 r. w wyniku działania tych samych czynników, które przełożyły się na omówiony powyżej wzrost Skorygowanej EBITDA, oraz w wyniku znacznego spadku kosztów finansowych i niższej efektywnej stopy podatku w porównaniu do IV kwartału 2019 r.

Skorygowany zysk netto

Skorygowany zysk netto Grupy wzrósł o 160,7 mln PLN, czyli o 126,5% r/r, z 127,0 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 287,6 mln PLN w IV kwartale 2020 r., po wyłączeniu korekt EBITDA w wysokości 20 mln PLN, pozostałych jednorazowych kosztów finansowych dotyczących refinansowania Grupy w kwocie 10,8 mln PLN oraz skutków podatkowych powyższych korekt w wysokości 3,7 mln PLN.

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

Uzgodnienie skorygowanego zysku netto w mln PLN (niebadane przez biegłego rewidenta)	Q4 2020	Q4 2019	Zmiana %
Zysk netto	260,6	123,9	110,2%
Korekty EBITDA	20,0	3,7	432,7%
Korekta wyniku finansowego netto	10,8	–	n/a
Opłata za wcześniejszą spłatę ^[1]	0,1	–	n/a
Odroczone koszty zamortyzowane ^[2]	10,7	–	n/a
Wpływ podatkowy korekt	(3,7)	(0,7)	412,9%
Skorygowany zysk netto	287,6	127,0	126,5%

[1] Oznacza opłaty z tytułu przedterminowej spłaty kredytu Second Lien Facility.

[2] W wyniku decyzji Rady Dyrektorów podjętej 28 września br. w sprawie refinansowania obecnych kredytów za pomocą nowego kredytu i wpływów ze sprzedaży akcji w ramach IPO Grupy, wartość księgową istniejących kredytów została zmieniona celem odzwierciedlenia oczekiwanej przedterminowej pełnej spłaty 14 października 2020 r. W wyniku tej decyzji wartość księgową istniejących kredytów według kosztu zamortyzowanego wzrosła o 143,4 mln PLN, przy czym rozpoznana została równoważna kwota odroczonej kosztów kredytowania jako niepieniężny koszt finansowy. Powyższa kwota stanowi część kosztów całkowitych, wykazaną w IV kwartale 2020 r.

Pozostałe całkowite dochody

Pozostałe całkowite dochody wzrosły o 19,8 mln PLN, czyli o 227,9%, z minus 8,7 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 11,1 mln PLN w IV kwartale 2020 r. Wzrost ten wynikał głównie ze spadków wyceny zobowiązań finansowych dotyczących zawartych przez Grupę kontraktów swap o stałej stopie procentowej.

Całkowite dochody ogółem

Całkowite dochody ogółem wzrosły o 156,4 mln PLN, czyli o 135,7%, z 115,3 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 271,6 mln PLN w IV kwartale 2020 r. w wyniku wyżej omówionych czynników.

2.2.2. Przegląd wyników za rok obrotowy 2020

Wynik na działalności operacyjnej

Poniższa tabela przedstawia skrócone skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów Grupy za dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2020 r.

Rachunek zysków i strat, w mln PLN	Rok obrotowy 2020	Rok obrotowy 2019	Zmiana %
Przychody netto	3 997,8	2 592,3	54,2%
Przychody platformy handlowej	3 231,0	2 099,7	53,9%
Usługi reklamowe	337,8	207,1	63,1%
Przychody z porównywarki cenowej	190,0	145,8	30,3%
Sprzedaż towarów	216,6	115,2	88,0%
Pozostałe przychody	22,4	24,5	(8,6%)
Koszty operacyjne	(2 411,0)	(1 266,9)	90,3%
Koszty obsługi płatności	(152,9)	(133,7)	14,3%
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	(222,7)	(120,4)	85,0%
Koszty dostaw netto	(692,5)	(268,5)	157,9%
Koszty usług marketingowych	(564,7)	(306,9)	84,0%
Koszty pracownicze netto	(490,1)	(294,4)	66,5%
Koszty usług IT netto	(61,4)	(39,9)	53,7%
Pozostałe koszty netto	(125,8)	(79,3)	58,6%
Odpisy netto utraty wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów z klientami	(39,4)	(22,4)	76,2%
Koszty transakcyjne	(61,6)	(1,4)	4 404,0%
Zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją (EBITDA)	1 586,8	1 325,4	19,7%

Rachunek zysków i strat, w mln PLN	Rok obrotowy 2020	Rok obrotowy 2019	Zmiana %
Amortyzacja	(463,8)	(439,3)	5,6%
Amortyzacja wartości niematerialnych i prawnych	(400,2)	(383,6)	4,3%
Amortyzacja środków trwałych	(63,6)	(55,7)	14,1%
Zysk z działalności operacyjnej	1 123,0	886,1	26,7%
Wynik finansowy netto	(506,3)	(373,0)	35,7%
Przychody finansowe	17,0	9,6	76,1%
Koszty finansowe	(519,1)	(384,0)	35,2%
(Dodatnie)/ujemne różnice kursowe	(4,2)	1,3	(417,9%)
Zysk przed opodatkowaniem	616,7	513,0	20,2%
Podatek dochodowy	(198,1)	(120,0)	65,2%
Zysk netto	418,6	393,1	6,5%
Pozostałe całkowite dochody/(straty)	(74,7)	(3,2)	2 210,2%
Razem całkowite dochody w okresie	343,8	389,8	(11,8%)

Przychody netto

Przychody netto wzrosły o 1405,5 mln PLN, czyli o 54,2%, z 2592,3 mln PLN w roku obrotowym 2019 do 3997,8 mln PLN w roku obrotowym 2020 r. Wzrost ten wynikał głównie ze wzrostu organicznego przychodów z platformy handlowej, usług reklamowych oraz przychodów ze sprzedaży detalicznej.

PRZYCHODY PLATFORMY HANDLOWEJ

Przychody platformy handlowej wzrosły o 1131,2 mln PLN, czyli o 53,9%, z 2099,7 mln PLN w roku obrotowym 2019 do 3231,0 mln PLN w roku obrotowym 2020. Wzrost ten wynikał głównie ze wzrostu GMV o 54,0%. Po dobrym początku roku i wzroście GMV na poziomie ok. 25%, podobnym do wzrostu z 2019 r., nadzwyczaj wysoki popyt na usługi e-commerce rozpoczął się w połowie marca w wyniku pandemii COVID-19, w związku z którą polski rząd wprowadził lockdown polegający na zamknięciu wszystkich stacjonarnych sklepów detalicznych nie oferujących towarów o podstawowym znaczeniu w okresie od połowy marca do połowy maja. Popyt ten dodatkowo wspierała Grupa, oferując

usługę abonamentu SMART! nieodpłatnie przez trzy miesiące, począwszy od połowy marca, w wyniku czego większa liczba kupujących uzyskała darmowe dostawy i wygenerowała zwiększony ruch zakupowy na platformie e-commerce Grupy. Po złagodzeniu lockdownu przez rząd Grupa zaprzestała oferowania bezpłatnej usługi SMART!. Po tym pierwszym lockdownie popyt był nadal silny, przy dynamice utrzymującej się na podwyższonym poziomie przez cały okres od czerwca do października, w miarę jak kupujący kontynuowali korzystanie z dobrodziejstw handlu elektronicznego w większym stopniu niż w przeszłości. Od połowy października Grupa zaobserwowała ponowne przyspieszenie wzrostu GMV, w miarę jak druga fala zakażeń COVID-19 skłoniła polski rząd do wprowadzenia kolejnego częściowego lockdownu, w tym zamknięcia wszystkich sklepów poza niezbędnymi w centrach handlowych w dniach 7-27 listopada 2020 r. Pomimo ponownego otwarcia centrów handlowych w grudniowym okresie przedświątecznych zakupów, wzrost GMV przyhamował tylko nieznacznie w miarę dalszego zwiększania się popytu ze strony nabywców na usługi platformy handlowej Grupy.

Oprócz opisanych powyżej czynników popytowych związanych z pandemią COVID-19, wzrost był również skutkiem realizacji strategii Grupy polegającej na skupieniu się na podstawach handlu detalicznego w zakresie cen, asortymentu i dostaw, inwestycjach w rozwój bazy abonentów programu SMART!, zwiększaniu stopnia zadowolenia użytkowników, ulepszaniu funkcjonalności platformy i realizacji inwestycji marketingowych w celu zwiększania ruchu i pozyskiwania większej liczby aktywnych kupujących. W wyniku tych czynników liczba Aktywnych Kupujących wzrosła o 14,2%, a GMV na jednego Aktywnego Kupującego wzrósł o 36,0% w porównaniu do okresu dwunastu miesięcy zakończonego 31 grudnia 2019 r.

Wskaźnik realizacji transakcji Grupy wzrósł nieznacznie w ciągu roku o 1 punkt bazowy w ujęciu rok do roku z 9,26% w roku obrotowym 2019 do 9,27% w roku obrotowym 2020. Ten niewielki wzrost został osiągnięty dzięki kontynuowanemu inicjatywom w zakresie monetyzacji, w tym podwyższeniu prowizji od sprzedaży oraz wprowadzeniu współfinansowania kosztów przesyłek kurierskich objętych programem SMART! przez sprzedających w wysokości 3,99 PLN od każdej takiej przesyłki. Wzrost wskaźnika realizacji transakcji byłby wyższy, gdyby nie fakt, że w I połowie 2020 r. aktywnie wspieraliśmy nowych sprzedających próbujących się odnaleźć w pandemicznych realiach za pomocą promocyjnych stawek prowizji opóźnionych planowanych wzrostów stawek prowizji w okresie pierwszego lockdownu. Ponadto, znacznie wyższy GMV spowodował, że opłaty stałe i quasi stałe stanowiły mniejszy udział przychodów z platformy handlowej w stosunku do strumieni przychodów zmiennych z tytułu premii za sukces, co obniżyło średni wskaźnik realizacji transakcji na jedną jednostkę GMV. Również znaczny spadek sprzedaży biletów przez jednostkę eBilet wynikający z ciągłych ograniczeń związanych z pandemią COVID-19 w zakresie organizacji imprez masowych spowodował odjęcie kolejnych 7 punktów bazowych od zmiany wskaźnika realizacji transakcji na przestrzeni całego roku obrotowego.

USŁUGI REKLAMOWE

Przychody z usług reklamowych wzrosły o 130,8 mln PLN, czyli o 63,1%, z 207,1 mln PLN w roku obrotowym 2019 do 337,8 mln PLN w roku obrotowym 2020. Wzrost ten wynikał głównie z dobrych wyników wygenerowanych z reklam ofert sponsorowanych,

wspartych przyspieszeniem wzrostu ruchu na stronach internetowych Grupy oraz głębszą penetracją bazy sprzedających. Wynikające z tego wyższe wolumeny obrotów były dodatkowo wspierane przez wzrost średniego wskaźnika cost-per-click, w miarę jak wydatki marketingowe sprzedających podążały za polskimi konsumentami w kierunku platform cyfrowych, ponieważ w wyniku pandemii COVID-19 znaczna część kupujących przestawiła się na korzystanie z oferty e-commerce. Wyższe przychody z reklam wynikały również z poprawy wyników reklamy cyfrowej w związku z produktami samoobsługowymi i wyższą sprzedażą na rzecz klientów i marek strategicznych.

PRZYCHODY Z PORÓWNYWARKI CENOWEJ

Przychody z porównywarki cenowej wzrosły o 44,2 mln PLN, czyli o 30,3%, z 145,8 mln PLN w roku obrotowym 2019 do 190,0 mln PLN w roku obrotowym 2020. Wzrost ten wynikał głównie z wyższych przychodów z opłat pay-per-click, które generowała większa liczba wizyt na stronach, powodując wzrost liczby kliknięć i wyższą średnią cenę za każde kliknięcie. Pandemia COVID-19 była istotnym czynnikiem wpływającym na przyspieszenie wzrostu liczby odwiedzin przez użytkowników platformy w trakcie całego 2020 r.

SPRZEDAŻ TOWARÓW

Przychody ze sprzedaży towarów wzrosły o 101,4 mln PLN, czyli o 88,0%, z 115,2 mln PLN w roku obrotowym 2019 do 216,6 mln PLN w roku obrotowym 2020, przy czym przychody ze sprzedaży towarów 1P stanowiły 0,6% łącznego GMV w roku obrotowym 2019 i 0,7% łącznego GMV w roku obrotowym 2020. Wzrost przychodów ze sprzedaży towarów wynikał głównie ze wzrostu popytu w wybranych kategoriach, w tym: supermarket, dzieci, produkty zdrowie i kosmetyka oraz elektronika, z których wszystkie odnotowały zwiększony popyt na skutek pandemii COVID-19 i związanych z nią ograniczeń w zakresie możliwości korzystania ze sklepów stacjonarnych. Realizacja sprzedaży detalicznej w coraz większym stopniu skupiała się na eliminacji „niedopasowania cen” i udziale towarów 1P w promocji „SMART! Week” na przełomie września i października oraz promocji „Black Week” pod koniec listopada. Na skutek tych działań osiągnięty został znacznie wyższy wolumen sprzedaży niż w 2019 r.

Koszty operacyjne

Koszty operacyjne wzrosły o 1144,1 mln PLN, czyli o 90,3%, z 1266,9 mln PLN w roku obrotowym 2019 do 2411,0 mln PLN w roku obrotowym 2020. Wzrost ten wynikał głównie ze wzrostu kosztów dostaw netto, kosztów usług marketingowych, kosztów pracowniczych oraz kosztów jednorazowych dotyczących IPO Grupy i Programu Inwestycyjnego dla kierownictwa.

KOSZTY OBSŁUGI PŁATNOŚCI

Koszty obsługi płatności wzrosły o 19,2 mln PLN, czyli o 14,3%, z 133,7 mln PLN w roku obrotowym 2019 do 152,9 mln PLN w roku obrotowym 2020. Wzrost ten wynikał z wyższego poziomu sprzedaży na platformie e-commerce Grupy, zrównoważonego w dużym stopniu przez obniżenie stawek transakcyjnych wypłacanych usługodawcom zewnętrznym w związku z rabatami wynegocjowanymi w drugim kwartale 2019 r., które wzrastają po osiągnięciu uzgodnionych progów wolumenu.

WARTOŚĆ SPRZEDANYCH TOWARÓW I MATERIAŁÓW

Wartość sprzedanych towarów i materiałów wygenerowana z handlu detalicznego wzrosła o 102,3 mln PLN, czyli o 85,0%, z 120,4 mln PLN w roku obrotowym 2019 do 222,7 mln PLN w roku obrotowym 2020. Wzrost ten wynikał głównie ze wzrostu sprzedaży w ramach działalności detalicznej 1P Grupy, przy nieznacznej poprawie marży o 1,7 p.p. w wyniku działania zoptymalizowanego algorytmu umożliwiającego bardziej efektywne kosztowo korygowanie przypadków niedopasowania cen oraz na skutek ogólnej poprawy realizacji procesów zakupowych.

KOSZTY DOSTAW NETTO

Koszty dostaw netto wzrosły o 424,0 mln PLN, czyli o 157,9%, z 268,5 mln PLN w roku obrotowym 2019 do 692,5 mln PLN w roku obrotowym 2020. Wzrost ten wynikał głównie ze zwiększenia liczby kupujących na platformie e-commerce Grupy, korzystających z możliwości zamawiania darmowych przesyłek dzie-

ki przystąpieniu do programu SMART! Dodatkowy popyt wywołany przez pandemię COVID-19 jeszcze bardziej zwiększył liczbę zakupów przypadającą średnio na jednego abonenta SMART! i przyczyniał się do jeszcze większego przyspieszenia wzrostu kosztów dostaw netto. Wzrost wolumenu został częściowo zrównoważony przez niższe koszty netto na jedną przesyłkę w związku z obniżeniem o 11,2% r/r jednostkowego kosztu dostawy brutto na jedną paczkę wynikającego z korzyści skali.

KOSZTY USŁUG MARKETINGOWYCH

Koszty usług marketingowych wzrosły o 257,7 mln PLN, czyli o 84,0%, z 306,9 mln PLN w roku obrotowym 2019 do 564,7 mln PLN w roku obrotowym 2020. Wzrost ten obejmował zwiększenie wydatków zmiennych na marketing o 66,8%, tj. 140,6 mln PLN, a w szczególności reklamę pay-per-click, oraz kwotę 82,8 mln PLN dotyczącą kosztów dostaw netto dla nieodpłatnych abonamentów SMART! oferowanych przez Grupę każdemu kupującemu, który chciał skorzystać z usług SMART!, w tym darmowej dostawy, w okresie trzech miesięcy w szczytowym punkcie pandemii COVID-19. Ponieważ Grupa nie pobierała bezpośrednich opłat od kupujących ani sprzedających z tytułu świadczenia usług SMART! na rzecz takich kupujących, koszty dostaw netto zostały sklasyfikowane jako koszty marketingu. Podobnych kwot nie zaksięgowano w roku obrotowym 2019. W ramach tej pozycji uwzględniona została kwota 6,9 mln PLN kosztów jednorazowych związanych z darowiznami na rzecz rozmaitych organizacji pożytku publicznego.

KOSZTY PRACOWNICZE

Koszty pracownicze wzrosły o 195,7 mln PLN, czyli o 66,5%, z 294,4 mln PLN w roku obrotowym 2019 do 490,1 mln PLN w roku obrotowym 2020. Wzrost ten wynikał częściowo z zatrudnienia nowych pracowników, ponieważ zatrudnienie na koniec roku było o 27% wyższe r/r, oraz ze wzrostu wynagrodzeń podstawowych i zwiększenia premii rocznych w związku z dobrymi wynikami wypracowanymi przez Grupę. Przy czym kwota 80,9 mln PLN wyższych kosztów pracowniczych dotyczyła głównie kosztów wynagrodzeń opartych na akcjach, które zostały poniesione w ramach dwóch programów:

niektórzy menedżerowie otrzymali od Grupy pożyczki udzielone na zasadzie niepełnej odpowiedzialności dłużnika z przeznaczeniem na udziały w Programie Inwestycyjnym dla kierownictwa, które zostały rozliczone w dniu pierwszej oferty publicznej (52,2 mln PLN), natomiast większość pracowników Grupy otrzymała przydział notowanych na giełdzie akcji Allegro.eu, które mają zostać im przekazane w terminie jednego roku od zakończenia IPO (25,4 mln PLN). Koszty pracownicze uwzględniają również koszty jednorazowe w wysokości 3,3 mln PLN wynikające ze wsparcia pracowników w związku z COVID-19.

KOSZTY USŁUG IT

Koszty usług IT wzrosły o 21,4 mln PLN, czyli o 53,7%, z 39,9 mln PLN w roku obrotowym 2019 do 61,4 mln PLN w roku obrotowym 2020. Wzrost ten wynikał głównie z nowych licencji dotyczących wprowadzenia nowego oprogramowania i wzrostu kosztu usług informatycznych w związku z wyższymi kosztami platformy technicznej, w tym korzystania z zewnętrznej chmury obliczeniowej, w związku ze wzrostem zapotrzebowania na przestrzeń do przechowywania dla rosnącej liczby aktywnych ofert na platformie e-commerce Grupy.

POZOSTAŁE KOSZTY

Pozostałe koszty wzrosły o 46,5 mln PLN, czyli o 58,6%, z 79,3 mln PLN w roku obrotowym 2019 do 125,8 mln PLN w roku obrotowym 2020. Wzrost ten wynikał głównie ze zwiększonych kosztów doradztwa i zaangażowania wykonawców w związku z rozwijaniem nowych produktów i projektów oraz ze zwiększonych kosztów nowego ubezpieczenia członków zarządu spółki publicznej. Pozycja ta uwzględnia 13,9 mln PLN netto kosztów ujętych jako koszty jednorazowe w uzgodnieniu pomostowym Skorygowanej EBITDA, na które składają się głównie koszty restrukturyzacji i koszty postępowań regulacyjnych.

ODPISY NETTO UTRATY WARTOŚCI AKTYWÓW FINANSOWYCH I AKTYWÓW Z TYTUŁU UMÓW Z KLIENTAMI

Odpisy netto z tytułu utraty wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów z klientami zwiększyły się o 17,0 mln PLN, czyli o 76,2%, z 22,4 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 39,4 mln PLN w IV kwartale 2020 r. Wzrost ten wynikał głównie ze zwiększenia rezerw na nieściągalne należności w związku ze wzrostem sprzedaży na platformie e-commerce Grupy oraz dodatkowej rezerwy wynikającej z wydłużenia terminów płatności dla sprzedających należących do kategorii MŚP z 14 do 60 dni w odpowiedzi na pandemię COVID-19. Wydłużenie terminów płatności stosowano przez cztery okresy rozliczeniowe i zakończono w sierpniu 2020 r. Uruchomienie wdrożenia próbnego Allegro Pay nie wpłynęło istotnie na wzrost odpisów netto z tytułu utraty wartości aktywów, ponieważ niezbędna kwota rezerw wynosiła jedynie 1,2 mln PLN wobec wartości portfela kredytowego na koniec roku wynoszącej 52,0 mln PLN.

KOSZTY TRANSAKCYJNE

Koszty transakcyjne wzrosły o 60,2 mln PLN, z 1,4 mln PLN w roku obrotowym 2019 do 61,6 mln PLN w roku obrotowym 2020 w związku z jednorazowymi kosztami doradztwa i usług profesjonalnych związanych z pierwszą ofertą publiczną w kwocie 61,2 mln PLN oraz kosztami nabycia pozostałego pakietu mniejszościowego 20% udziałów w eBilet Polska Sp. z o.o. w kwocie 0,4 mln PLN.

Zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją

Zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją wzrósł o 261,4 mln PLN, czyli 19,7%, z 1325,4 mln PLN w roku obrotowym 2019 do 1586,8 mln PLN w roku obrotowym 2020 w wyniku działania wyżej opisanych czynników, w tym negatywnego wpływu kosztów jednorazowych związanych z IPO.

AMORTYZACJA WARTOŚCI NIEMATERIALNYCH I PRAWNYCH

Amortyzacja wartości niematerialnych i prawnych wzrosła o 16,6 mln PLN, czyli o 4,3%, z 383,6 mln PLN w roku obrotowym 2019 do 400,2 mln PLN w roku obrotowym 2020. Wzrost ten wynikał głównie ze wzrostu wartości niematerialnych i prawnych związanych ze skapitalizowanymi kosztami projektów, które zostały zakończone i oddane do użytku w okresie dwunastu miesięcy od końca poprzedniego okresu, takich jak pierwsze fazy projektów mających na celu poprawę doświadczenia w zakresie dostaw i produktywizację.

AMORTYZACJA ŚRODKÓW TRWAŁYCH

Amortyzacja środków trwałych wzrosła o 7,8 mln PLN, czyli o 14,1%, z 55,7 mln PLN w roku obrotowym 2019 do 63,6 mln PLN w roku obrotowym 2020. Wzrost ten wynikał głównie z amortyzacji komputerów i sprzętu biurowego w związku z rozwojem organizacji.

Zysk z działalności operacyjnej

Zysk z działalności operacyjnej wzrósł o 127,6 mln PLN, czyli o 47,7%, z 267,3 mln PLN w IV kwartale 2019 r. do 394,9 mln PLN w IV kwartale 2020 r. w wyniku wyżej omówionych czynników.

WYNIK FINANSOWY NETTO

Wynik finansowy netto wzrósł o 133,3 mln PLN, czyli 35,7%, z 373,0 mln PLN kosztu netto w okresie dwunastu miesięcy zakończonym 31 grudnia 2020 r. do 506,3 mln PLN kosztu netto w okresie dwunastu miesięcy zakończonym 31 grudnia 2020 r. Ten wzrost kosztu netto wynikał głównie z obciążeń o charakterze niepieniężnym, uwzględnionych w kosztach finansowych w kwocie 143,4 mln PLN w związku z decyzją Grupy o refinansowaniu zaciągniętych kredytów podczas IPO w październiku 2020 r., odpowiadających niezamortyzowanej wartości kosztów pozyskania i związanych z nimi kosztów, poniesionych w chwili zaciągnięcia kredytów Grupy w 2017 r. oraz w wyniku ich podwyższenia w 2019 r., których amortyzacja nie będzie już mogła być kontynuowana przez cały okres obowiązywania pierwotnych kredytów. Ponadto, wcześniejsza spłata kredytu Second Lien Facility uruchomiła zobowiązanie do zapłaty 26,0 mln PLN tytułem opłat. Koszty te zostały zrównoważone przez niższe koszty odsetek w wyniku obniżenia płaconych marż w związku z dalszym zmniejszeniem dźwigni finansowej Grupy oraz znacznie niższymi kosztami odsetek w IV kwartale 2020 r. w wyniku refinansowania kredytów z zastąpieniem niższych średnich marży odsetkowych.

Poniższa tabela przedstawia zestawienie przychodów finansowych oraz kosztów finansowych Grupy za wskazane okresy.

mIn PLN	Rok obrotowy 2020	Rok obrotowy 2019	Zmiana %
Przychody odsetkowe z tytułu lokat i środków na rachunkach bankowych	2,8	8,0	(65,7%)
Pozostałe przychody finansowe	3,3	1,6	104,0%
Wycena aktywa finansowego	10,9	—	n/a
Różnice kursowe	—	1,3	n/a
Przychody finansowe	17,0	10,9	55,0%
Koszty odsetek	(297,1)	(361,1)	(17,7%)
Odpis odroczonego kosztów kredytów i pożyczek	(143,4)	—	n/a
Instrument zabezpieczający stopę procentową	(41,9)	(14,8)	183,3%
Koszt wcześniejszej spłaty zadłużenia	(26,0)	—	n/a
Odsetki – leasing	(3,0)	(3,8)	(21,1%)
Opłata za dostępność linii kredytowej	(3,3)	(3,2)	3,6%
Różnice kursowe	(4,2)	—	n/a
Pozostałe koszty finansowe	(4,4)	(1,1)	298,5%
Koszty finansowe	(523,3)	(384,0)	36,3%
Wynik finansowy netto	(506,3)	(373,0)	35,7%

Zysk przed opodatkowaniem

Zysk przed opodatkowaniem zwiększył się o 103,7 mln PLN, czyli 20,2%, z 513,0 mln PLN w okresie dwunastu miesięcy zakończonym 31 grudnia 2019 r. do 616,7 mln PLN w okresie dwunastu miesięcy zakończonym 31 grudnia 2020 r. w wyniku wyżej opisanych czynników.

Podatek dochodowy

Podatek dochodowy zwiększył się o 78,2 mln PLN, czyli 65,2%, z 120,0 mln PLN w okresie dwunastu miesięcy zakończonym 31 grudnia 2019 r. do 198,1 mln PLN w okresie dwunastu miesięcy zakończonym 31 grudnia 2020 r. Wzrost ten wynikał głównie ze wzrostu zysku na działalności operacyjnej z wyłączeniem kosztów jednorazowych dotyczących głównie IPO Grupy, które podwyższyły podstawę opodatkowania. Efektywna stopa podatku Grupy w okresie dwunastu miesięcy zakończonym 31 grudnia 2019 r. i 2020 r. wynosiła odpowiednio 23,4% i 32,1%, w porównaniu do standardowej stopy podatku dochodowego od osób prawnych w Polsce wynoszącej 19% w każdym z tym okresów.

Efektywna stopa podatku wzrosła w 2020 r. w wyniku poniesienia kosztów związanych z IPO, które nie stanowiły kosztów uzyskania przychodów, oraz innych strat podatkowych w łącznej wysokości 266,0 mln PLN poniesionych przez jednostki zależne Grupy w Luksemburgu, w związku z którymi nie rozpoznano aktywów z tytułu odroczonego podatku dochodowego ze względu na małe prawdopodobieństwo, że podmiot ten będzie generował przychody podlegające opodatkowaniu w możliwej do przewidzenia przyszłości. Skutkowało to w analizowanym okresie dodatkowymi obciążeniami podatkowymi w wysokości 50,5 mln PLN, obliczonymi według standardowo obowiązującej w Polsce stawki podatku dochodowego od osób prawnych wynoszącej 19%, których to obciążeń można by było uniknąć, gdyby straty podatkowe, o których mowa, można było odliczyć od podatku.

Poniższa tabela przedstawia zestawienie podatku dochodowego za wskazane okresy.

mIn PLN	Rok obrotowy 2020	Rok obrotowy 2019	Zmiana %
Podatek dochodowy bieżący	(261,0)	(160,8)	62,3%
(Zwiększenie) / Zmniejszenie rezerwy z tytułu podatku odroczonego	62,8	40,9	53,8%
Podatek dochodowy	(198,1)	(120,0)	65,2%

Zysk netto

Zysk netto wzrósł o 25,5 mln PLN, czyli 6,5%, z 393,1 mln PLN w okresie dwunastu miesięcy zakończonym 31 grudnia 2019 r. do 418,6 mln PLN w okresie dwunastu miesięcy zakończonym 31 grudnia 2020 r. w wyniku wyżej omówionych czynników, w tym wpływu jednorazowych kosztów dotyczących IPO oraz kosztów refinansowania.

Skorygowany zysk netto

Skorygowany zysk netto wzrósł o 328,2 mln PLN, czyli o 81,3%, z 403,7 mln PLN w okresie dwunastu miesięcy zakończonym 31 grudnia 2019 r. do 731,8 mln PLN w okresie dwunastu miesięcy zakończonym 31 grudnia 2020 r., po wyłączeniu korekt EBITDA w wysokości 163,2 mln PLN, jednorazowych kosztów finansowych dotyczących refinansowania Grupy w kwocie 169,4 mln PLN oraz skutków podatkowych powyższych korekt w wysokości 19,3 mln PLN.

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

Uzgodnienie skorygowanego zysku netto w mln PLN	Rok obrotowy 2020	Rok obrotowy 2019	Zmiana %
Zysk netto	418,6	393,1	6,5%
Korekty EBITDA	163,2	12,8	1180,0%
Korekta wyniku finansowego netto	169,4	–	n/a
Oplata za wcześniejszą spłatę kredytu Second Lien Facility ^[1]	26,0	–	n/a
Odpis odroczonej kosztów amortyzowanych ^[2]	143,4	–	n/a
Wpływ podatkowy korekt	(19,3)	(2,2)	792,9%
Skorygowany zysk netto	731,8	403,7	81,3%

[1] Oznacza opłaty z tytułu przedterminowej spłaty kredytu Second Lien Facility.

[2] W wyniku decyzji Rady Dyrektorów podjętej 28 września br. w sprawie refinansowania obecnych kredytów za pomocą nowego kredytu i wpływów ze sprzedaży akcji w ramach IPO Grupy, wartość księgowa istniejących kredytów została zmieniona celem odzwierciedlenia oczekiwanej przedterminowej pełnej spłaty 14 października 2020 r. W wyniku tej decyzji wartość księgowa istniejących kredytów według kosztu amortyzowanego wzrosła o 143,4 mln PLN, przy czym rozpoznana została równoważna kwota odroczonej kosztów kredytowania jako niepieniężny koszt finansowy.

Pozostałe całkowite dochody

Pozostałe całkowite dochody zmniejszyły się o 71,5 mln PLN, czyli 2210,2%, z minus 3,2 mln PLN w okresie dwunastu miesięcy zakończonym 31 grudnia 2019 r. do minus 74,7 mln PLN w okresie dwunastu miesięcy zakończonym 31 grudnia 2020 r. Spadek ten wynikał głównie z niekorzystnych zmian wyceny zobowiązań finansowych dotyczących kontraktów swap o stałej stopie procentowej Grupy. Pandemia Covid-19 spowodowała znaczący spadek rynkowych stóp procentowych oraz rentowności obligacji średnioterminowych, co zwiększyło wycenę rynkową zobowiązania z tytułu zabezpieczonych pozycji stóp procentowych Grupy, otwartych celem ograniczenia ekspozycji na zmienność stóp procentowych.

Całkowite dochody ogółem

Całkowite dochody ogółem zmniejszyły się o 46,0 mln PLN, czyli 11,8%, z 389,8 mln PLN w okresie dwunastu miesięcy zakończonym 31 grudnia 2019 r. do 343,8 mln PLN w okresie dwunastu miesięcy zakończonym 31 grudnia 2020 r. w wyniku wyżej omówionych czynników.

2.2.3. Przegląd wyników z przepływów środków pieniężnych

Poniższa tabela przedstawia przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej, inwestycyjnej i finansowej za lata obrotowe i okresy czwartego kwartału zakończone 31 grudnia 2020 r. i 31 grudnia 2019 r.:

Przepływy pieniężne, w mln PLN	Rok obrotowy 2020	Rok obrotowy 2019	Zmiana %	Q4 2020 (niebadane przez biegłego rewidenta)	Q4 2019 (niebadane przez biegłego rewidenta)	Zmiana %
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	1 509,9	1 246,5	21,1%	344,9	344,5	0,1%
Zysk przed opodatkowaniem	616,7	513,0	20,2%	324,7	166,3	95,2%
Podatek dochodowy zapłacony	(121,1)	(163,1)	(25,8%)	(27,9)	(57,0)	(51,1%)
Amortyzacja	463,8	439,3	5,6%	118,6	113,3	4,7%
Koszty odsetek netto	508,3	375,5	35,4%	68,6	100,2	(31,5%)
Zmiany w kapitale obrotowym netto	(34,9)	72,3	(148,3%)	(152,3)	21,0	823,7%
Pozostałe pozycje przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej	77,1	9,6	703,1%	13,2	0,6	2 100,0%
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(218,2)	(202,9)	7,5%	48,9	(36,0)	33,0%
Skapitalizowane koszty prac rozwojowych	(149,3)	(94,4)	58,2%	(43,2)	(24,7)	74,9%
Pozostałe nakłady inwestycyjne	(81,2)	(48,6)	66,9%	(21,4)	(14,2)	50,8%
Nabycie jednostek zależnych	(11,8)	(63,0)	(81,3%)	(7,4)	–	n/a
Pozostałe przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej	24,1	3,1	677,4%	23,1	2,9	695,5%
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(510,5)	(1 433,8)	(64,4%)	163,1	(112,5)	(245,1%)
Wpływy z podwyższenia kapitału	972,3	–	n/a	972,3	–	n/a
Wypływy z tytułu zmniejszenia kapitału	–	(2 736,0)	n/a	–	–	n/a
Zaciągnięcie kredytów i pożyczek	–	1 959,5	n/a	–	–	n/a
Spłata kredytów i pożyczek	(1 056,7)	(215,8)	389,7%	(711,7)	–	n/a
Odsetki zapłacone	(275,9)	(375,0)	(26,4%)	(38,6)	(94,2)	(59,0%)
Pozostałe przepływy pieniężne z działalności finansowej	(150,2)	(66,5)	125,9%	(58,9)	(18,2)	222,8%
Zwiększenie/(zmniejszenie) stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	781,2	(390,2)	(300,2%)	460,1	196,0	134,7%

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej

Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej wzrosły o 263,4 mln PLN, czyli 21,1% r/r, w roku obrotowym 2020 i o 0,4 mln PLN, czyli 0,1% r/r, w IV kw. 2020 r. Odpływ środków pieniężnych Grupy na kapitał obrotowy w wysokości 30,5 mln PLN w roku obrotowym 2020 w porównaniu do 72,3 mln PLN wpływu środków pieniężnych w roku obrotowym 2019 wynika głównie ze wzrostu należności z tytułu zwiększonej sprzedaży oraz wydatków na finansowanie pożyczek konsumenckich udzielonych przez Allegro Pay, częściowo skompensowanych wzrostami w zobowiązaniach handlowych. Koszty odsetek netto wzrosły o 132,8 mln PLN, czyli o 35,4% r/r, w roku obrotowym 2020, głównie z powodu odroczonej kosztów finansowania zewnętrznego związanych z refinansowaniem, które zostały ujęte jako niepieniężny koszt finansowy. Pozostałe pozycje przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej wzrosły o 67,5 mln PLN, czyli 703,1% r/r, w roku obrotowym 2020, wynagrodzenie w formie akcji dla członków kierownictwa, którzy zainwestowali w Program Inwestycyjny dla kierownictwa, oraz także akcje przydzielone pracownikom w ramach IPO.

Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej

Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej wyniosły 218,2 mln PLN w roku obrotowym 2020, co stanowiło wzrost o 7,5% r/r. Ogółem środki pieniężne wykorzystane w działalności inwestycyjnej Grupy wzrosły o 12,9 mln PLN, czyli o 33,0%, z 36,0 mln PLN w kwartale zakończonym 31 grudnia 2019 r. do 48,9 mln PLN w kwartale zakończonym 31 grudnia 2020 r. Wzrost ten wynikał głównie ze zwiększenia skapitalizowanych kosztów prac rozwojowych dotyczących platformy Allegro w miarę powiększania zespołu technologicznego o nowych programistów, którym powierzane jest zadanie rozszerzania funkcjonalności platformy.

Środki pieniężne netto z działalności finansowej

Środki pieniężne netto z działalności finansowej wyniosły 510,5 mln PLN w roku obrotowym 2020. Kwota ta związana była głównie z refinansowaniem zadłużenia, dzięki któremu wartość nominalna zaciągniętych kredytów, po uwzględnieniu uiszczonych opłat przygotowawczych, została obniżona o 711,7 mln PLN, a także wynikała częściowo z regularnych spłat kapitału w wysokości 345,0 mln PLN dokonanych na początku analizowanego roku. Zostało to skompensowane uzyskanymi przez Grupę wpływami z oferty pierwotnej akcji w ramach IPO Grupy w wysokości 972,3 mln PLN. Grupa zapłaciła odsetki w wysokości 275,9 PLN. Istotny wpływ środków w roku zakończonym 31 grudnia 2019 r. był związany głównie ze spłatą agio emisyjnego w kwocie 2736,0 mln PLN na rzecz akcjonariuszy Grupy, która została częściowo zrównoważona przez wpływ środków pieniężnych w kwocie 1959,5 mln PLN w związku ze zwiększeniem niepodporządkowanych kredytów terminowych Grupy. Grupa spłaciła kapitał w wysokości 215,8 mln PLN wraz z odsetkami w wysokości 375,0 PLN.

2.2.4. Zadłużenie

Na dzień 31 grudnia 2020 r. kredyty i pożyczki Grupy ogółem (kapitał skorygowany o zamortyzowany koszt) wynosiły 5437,8 mln PLN. Ponadto, Grupa posiadała przyręczone 500,0 mln PLN w ramach obrotowej linii kredytowej, która na dzień 31 grudnia 2020 r. pozostawała niewykorzystana.

W dniu 14 października 2020 r. Grupa zamknęła transakcję refinansowania przez uruchomienie pełnej kwoty środków z tytułu Nowego Kredytu Nie podporządkowanego w wysokości 5500,0 mln PLN, otrzymując kwotę netto 5440,0 mln PLN i wykorzystując razem ze Spółką wpływy netto z pierwszej oferty publicznej akcji Spółki w kwocie 972,3 mln PLN, przeznaczając dostępne środki na spłatę i pełne zaspokojenie całości niespłaconego zadłużenia na podstawie Pierwotnych Kredytów w kwocie 6151,7 mln PLN.

W wyniku zamknięcia przez Grupę transakcji refinansowania, saldo niespłaconych kredytów bankowych brutto spadło o 651,7 mln PLN z 6151,7 mln PLN do 5500 mln PLN.

Refinansowanie umożliwiło Grupie obniżenie dźwigni finansowej netto do poziomu 2,5x w roku kończącym się 31 grudnia 2020 r. z poziomu 3,4x na dzień 30 września 2020 r., umożliwiając Grupie zwiększenie elastyczności operacyjnej i istotne obniżenie oprocentowania płaconego z tytułu zaciągniętego zadłużenia.

mIn PLN (niebadane przez biegłego rewidenta)	Czerwiec 2020	Wrzesień 2020	Grudzień 2020
Skorygowana EBITDA za ostatnie 12 mies.	1 514,7	1 600,8	1 750,0
Kredyty i pożyczki wg kosztu zamortyzowanego	6 169,5	6 163,1	5 437,8
Zobowiązania leasingowe	78,5	77,4	73,3
Środki pieniężne	(574,8)	(725,2)	(1 185,1)
Zadłużenie netto	5 673,2	5 515,3	4 326,0
Dźwignia finansowa	3,7x	3,4x	2,5x
Kapitał własny	6 923,9	6 806,9	8 089,6
Wskaźnik zadłużenia netto do kapitału własnego	81,9%	81,0%	53,5%

3.

Podsumowanie najważniejszych wydarzeń

3.1. Pierwsza oferta publiczna akcji

Spółka Allegro.eu zrealizowała pierwszą ofertę publiczną swoich akcji, w wyniku której w dniu 12 października 2020 r. jej akcje zadebiutowały na GPW. Debiut ten był rekordowy pod względem wartości IPO kiedykolwiek zrealizowanej w Polsce, z implikowaną wyjściową kapitalizacją rynkową w wysokości 44 mld PLN przy cenie subskrypcyjnej wynoszącej 43,00 PLN za akcję. Allegro.eu zakończyła rok jako największa spółka giełdowa w Polsce pod względem kapitalizacji rynkowej.

Wszystkim osobom będącym pracownikami Grupy na dzień debiutu giełdowego, którzy nie posiadali żadnych akcji przydzielonych w ramach istniejących wcześniej programów, przyznane zostały jednorazowo 233 akcje o wartości 10 019 PLN według ceny subskrypcyjnej, z datą nabycia uprawnień przypadającą 360 dni od daty debiutu.

W ramach pierwszej oferty publicznej Grupa pozyskała 972,3 mln PLN wpływów netto, co pozwoliło jej zmniejszyć dźwignię bilansową i zrefinansować zadłużenie na bardziej atrakcyjnych warunkach finansowych.

3.2. Refinansowanie

W dniu 29 września 2020 r. została podpisana umowa pomiędzy Adinan Midco S.à r.l., spółką z ograniczoną odpowiedzialnością (société à responsabilité limitée) utworzoną i prowadzącą działalność zgodnie z przepisami prawa Wielkiego Księstwa Luksemburga, z siedzibą pod adresem: 1, rue Hildegard von Bingen, L-1282 Luksemburg, Wielkie Księstwo Luksemburga, wpisaną do luksemburskiego Rejestru Handlowego i Spółek (Registre de Commerce et des Sociétés, Luxembourg) pod numerem B209013 („Kredytobiorca”), a konsorcjum kredytodawców, skutkującej powstaniem zobowiązań dotyczących: (i) niepodporządkowanego, zabezpieczonego kredytu terminowego w wysokości 5.500,0 mln PLN („New Senior Facility”) oraz (ii) wielowalutowego kredytu rewolwingowego w wysokości 500,0 mln PLN („New RCF”, a wraz z Nowym Kredytem Niepodporządkowanym” – „New Facilities Agreement”).

W dniu 14 października 2020 r. Spółka zakończyła proces refinansowania swojego dotychczasowego zadłużenia. Pełna kwota zadłużenia wynikająca z nowej umowy kredytowej została wykorzystana w kwocie netto wynoszącej 5440,0 mln PLN, po potrąceniu opłat i kosztów przygotowawczych w wysokości 60,0 mln PLN. Wraz z wpływami netto pozyskanymi przez Spółkę z pierwszej oferty publicznej akcji Spółki w wysokości 972,3 mln PLN, dostępne środki zostały przeznaczone na spłatę i pełne zaspokojenie całości niespłaconego zadłużenia z tytułu pierwotnie zaciągniętych kredytów w kwocie 6151,7 mln PLN. W wyniku zamknięcia przez Grupę transakcji refinansowania saldo niespłaconych kredytów bankowych spadło o 651,7 mln PLN z 6 151,7 mln PLN do 5 500 mln PLN.

3.3. Wpływ COVID-19

Ostateczny termin spłaty na podstawie nowej umowy kredytowej przypada na październik 2025 r., a ostateczny termin spłaty nowego kredytu rewolwingowego przypada na październik 2025 r. (z zastrzeżeniem możliwości dwukrotnego przedłużenia okresu obowiązywania umowy o 12 miesięcy na wniosek Spółki lub Kredytobiorcy oraz za zgodą odpowiedniego Kredytodawcy lub Kredytodawców w ramach nowego kredytu rewolwingowego). Nie przewiduje się spłat Nowego Kredytu Niepodporządkowanego przed ostatecznym terminem spłaty przypadającym na 14 października 2025 r.

Postanowienia umów dotyczących nowej umowy kredytowej przewidują pierwotnie naliczanie odsetek w okresach rocznych według stopy WIBOR (lub EURIBOR albo LIBOR, w zależności od wyboru Kredytobiorcy) (w każdym przypadku nie niższej od zera) oraz początkowej marży wynoszącej: (i) 2,25% rocznie dla nowego kredytu niepodporządkowanego oraz (ii) 1,80% rocznie dla nowego kredytu rewolwingowego.

W wyniku zrefinansowania zadłużenia Grupa ujęła w swoim sprawozdaniu finansowym za rok obrotowy 2020 odniesienie obciążeń niepieniężnych do kosztów finansowych w kwocie 143,4 mln PLN. Kwota ta odpowiada niezamortyzowanej wartości kosztów pozyskania i związanych z nimi kosztów, poniesionych w chwili zaciągnięcia zrefinansowanych kredytów w 2017 r. oraz w wyniku ich podwyższenia w 2019 r., które nie będą już amortyzowane przez cały pierwotny okres obowiązywania refinansowanych kredytów. Ponadto, przedterminowa spłata części refinansowanych kredytów uruchomiła zobowiązanie do zapłaty kwoty 26,0 mln PLN tytułem opłat za przedterminową spłatę, która również została ujęta w kosztach finansowych w sprawozdaniu za rok obrotowy 2020.

Refinansowanie umożliwiło Grupie obniżenie dźwigni finansowej netto do poziomu 2,5x w roku kończącym się 31 grudnia 2020 r. z poziomu 3,4x na dzień 30 września 2020 r., umożliwiając Grupie zwiększenie elastyczności operacyjnej i istotne obniżenie oprocentowania płaconego z tytułu zaciągniętego zadłużenia.

W roku obrotowym 2020 na wyniki finansowe Grupy pozytywnie wpłynęło przyspieszone przesunięcie w kierunku zakupów internetowych wśród polskich konsumentów w reakcji na pandemię COVID-19. Wzrost GMV w ujęciu rok do roku w okresie dwunastu miesięcy zakończonym 31 grudnia 2020 r. wyniósł 54,0% w porównaniu ze wzrostem GMV o 25,4% w okresie dwunastu miesięcy zakończonym 31 grudnia 2019 r. Wpływ pandemii COVID-19 na zachowania konsumentów doprowadził do znacznego wzrostu wskaźnika GMV w przeliczeniu na jednego kupującego w roku obrotowym 2020, co z kolei wpływa na porównywalność z wynikami operacyjnymi Grupy pomiędzy rokiem obrotowym 2020 a rokiem obrotowym 2019. Zakończenie lockdownów i stopniowy powrót do normalności po wdrożeniu krajowego programu szczepień prawdopodobnie przełoży się na wyhamowanie tempa wzrostu GMV w przyszłości w porównaniu z wartością zarejestrowaną w 2020 r., aczkolwiek znaczna część zwiększonego zaangażowania ze strony kupujących może zostać utrzymana w przyszłości.

W odpowiedzi na pandemię COVID-19, Grupa dokonała znacznych inwestycji we wspieranie konsumentów w formie dostaw przesyłek pod drzwi bez konieczności wychodzenia z domu, zapewniając wszystkim kupującym korzystającym z jej platformy bezpłatne dostawy i zwroty w ramach programu SMART!, który dostępny był nieodpłatnie przez trzy miesiące od połowy marca do połowy czerwca 2020 r. Przełożyło się to na 82,8 mln PLN kosztów darmowych dostaw dla abonentów programu SMART! zrealizowanych przez Grupę w roku obrotowym 2020 i sklasyfikowanych jako koszt marketingu. Uwzględniając tę kwotę, Grupa wydała łącznie 775,3 mln PLN w roku obrotowym 2020, po potrąceniu przychodów z tytułu abonamentów SMART!, ułatwiając w ten sposób dokonywanie zakupów online z bezpłatnymi dostawami do polskich gospodarstw domowych.

Na początku pandemii, która dotarła do Polski na dobre w marcu 2020 r., w celu udzielenia wsparcia swoim sprzedającym dotkniętym zaburzeniami na rynku, Grupa zainicjowała program wsparcia sprzedających na platformie Allegro poprzez wydłużenie terminów płatności dla polskich MŚP do 60 dni, odroczenie w czasie wdrożenia nowej metody obliczania opłat dla sprzedających na Allegro i dodanie 3% świadczenia cashback dla sprzedających oraz zaoferowanie 0% opłat przez pierwsze 90 dni dla nowych sprzedających. To ostatnie rozwiązanie było kontynuowane przez pozostałą część 2020 r.

Rozprzestrzenianie się COVID-19 skłoniło Grupę do zmiany przyjętych praktyk operacyjnych, w pełnej zgodzie z wymogami nałożonymi przez władze państwowe oraz wskazaniem, które Grupa uznała za leżące w najlepszym interesie jej pracowników, kupujących, sprzedających i pozostałych interesariuszy. Grupa wdrożyła tryb pracy zdalnej, który na chwilę obecną jest stosowany przez prawie wszystkich jej pracowników. W odniesieniu do tych spośród pracowników Grupy, którzy wykonują swoje obowiązki służbowe w magazynach Grupy i/lub nie mogą pracować zdalnie, Grupa wdrożyła dodatkowe procedury ochronne, m.in. wyposażając pracowników w środki ochrony indywidualnej (takie jak maseczki, rękawice, środki do dezynfekcji powierzchni i rąk oraz przyłbice), wdrażając zasadę utrzymywania dystansu społecznego, rozkładając godziny pracy na trzy zmiany w ciągu doby, zwiększając częstotliwość sprzątnięcia obiektów Grupy oraz instalując kamery termowizyjne.

Przez cały okres pandemii Grupa w dalszym ciągu wspierała społeczeństwo, umożliwiając ciągle dokonywanie bezpiecznych zakupów z domu. Dynamiczny wzrost liczby zakupów online został skutecznie obsłużony przez infrastrukturę logistyczną przy utrzymaniu przewidywalności i szybkości dostaw.

Ponadto, Grupa przekazała ogółem 6,9 mln PLN w postaci darowizn na wsparcie kilku organizacji pożytku publicznego w czasie pandemii COVID-19. Więcej informacji na ten temat można znaleźć w rozdziale niniejszego Raportu zatytułowanym Podejście do odpowiedzialności korporacyjnej, środowiskowej i społecznej.

3.4. Rozwój programu SMART!

Program lojalnościowy SMART! odniósł duży komercyjny sukces na przestrzeni całego roku obrotowego 2020, odnotowując dynamiczny wzrost liczby abonentów w ciągu roku, który znacznie przekroczył zaplanowane przez Grupę wartości. Udało się to osiągnąć po części dzięki środkom wdrożonym przez Grupę na początku pandemii COVID-19 w Polsce w II kwartale, w ramach których Grupa zapewniała wszystkim kupującym na jej platformie bezpłatne dostawy i zwroty w ramach programu SMART!, który dostępny był nieodpłatnie przez trzy miesiące od połowy marca do połowy czerwca 2020 r. Znaczna część osób, które na próbę skorzystały z programu SMART!, wykupiła płatny abonament po zniesieniu pierwszego lockdownu w Polsce, co przełożyło się na wysokie tempo wzrostu liczby członków tego programu. W celu osiągnięcia jeszcze lepszego wskaźnika konwersji Grupa wprowadziła dodatkowe działania marketingowe w postaci promocji programu SMART! pod hasłem „Rok za 39 zł”. Promocja ta obowiązywała latem oraz ponownie podczas Black Week i potrwiała aż do Bożego Narodzenia. Doroczna promocja „Tygodnia SMART!” na przełomie września i października odniosła szczególny sukces w 2020 r., gdy wskaźnik GMV dotyczący transakcji zrealizowanych na platformie wzrósł trzykrotnie w porównaniu z analogiczną kampanią przeprowadzoną w 2019 r. Ponadto Grupa uruchomiła nowy program SMART! Student w październiku 2020 r.

Dynamiczny wzrost liczby abonentów SMART! i zamówień realizowanych w ramach tego programu przełożył się na proporcjonalny wzrost wartości wskaźnika GMV generowanego przez abonentów programu. Dodatkowy GMV napędzany wzrostem liczby abonentów SMART! i ich rosnącym zaangażowaniem przyczynił się w znacznym stopniu do przyspieszenia „efektu koła zamachowego” w odniesieniu do transakcji realizowanych na platformie od czasu uruchomienia programu, przy czym równolegle następował wzrost liczby sprzedających oraz liczby aktywnych ofert wraz z poprawą jakości, w miarę jak coraz większa liczba sprzedających dołączała do SMART!, by w ten sposób zwiększyć swoją sprzedaż. Ponadto, na podstawie rygorystycznych testów Grupa ustaliła, że stosunkowo mniej zaangażowani

kupujący zwiększają swoje wydatki jeszcze szybciej, gdy dokonają rejestracji w programie SMART!, niż kupujący cechujący się większym zaangażowaniem, którzy jako pierwsi zapisali się do SMART! W związku z powyższym Grupa spodziewa się dalszego wzrostu wartości GMV ze strony członków programu SMART! w stosunku do równoległego wzrostu kosztów dostaw, w miarę zwiększania się penetracji bazy Aktywnych Kupujących z upływem czasu. Program przyniósł istotny wzrost wartości GMV dla sprzedających na Allegro, którzy zaczęli współfinansować koszty przesyłek kurierskich od kwietnia 2020 r., gdy zasada takiego współfinansowania została wprowadzona.

3.5. Allegro Pay

W pierwszej połowie 2020 r. Grupa opracowała swoje własne rozwiązania finansowania konsumenckiego do użytku kupujących podczas zakupów na platformie e-commerce Grupy. Eksperci FinTech i zespoły programistów pozyskane przy nabyciu działalności FinAi przez Grupę w styczniu 2020 r., w połączeniu z zasobami technologicznymi istniejącymi w Grupie, pozwoliły na opracowanie zintegrowanych rozwiązań, których zadaniem jest zapewnienie doskonałego wrażenia po stronie użytkowników. Wykorzystując markę zależną Allegro Pay, nowe własne rozwiązanie finansowe weszło w fazę testów w trzecim kwartale 2020 r., przy czym Grupa zakończyła testy komercyjne tego rozwiązania w czwartym kwartale 2020 r., uzyskując sprzedaż pożyczek w wysokości 77 mln PLN i saldo pożyczek konsumenckich wynoszące 53 mln PLN na koniec IV kwartału 2020 r. Podczas fazy testów beta, produkt ten uzyskał znakomity wynik NPS wynoszący 85 za ogólne wrażenia po stronie użytkowników związane ze skorzystaniem z produktu. Oczekiwane straty kredytowe wynosiły 2,1% udzielonych pożyczek brutto na koniec roku obrotowego 2020.

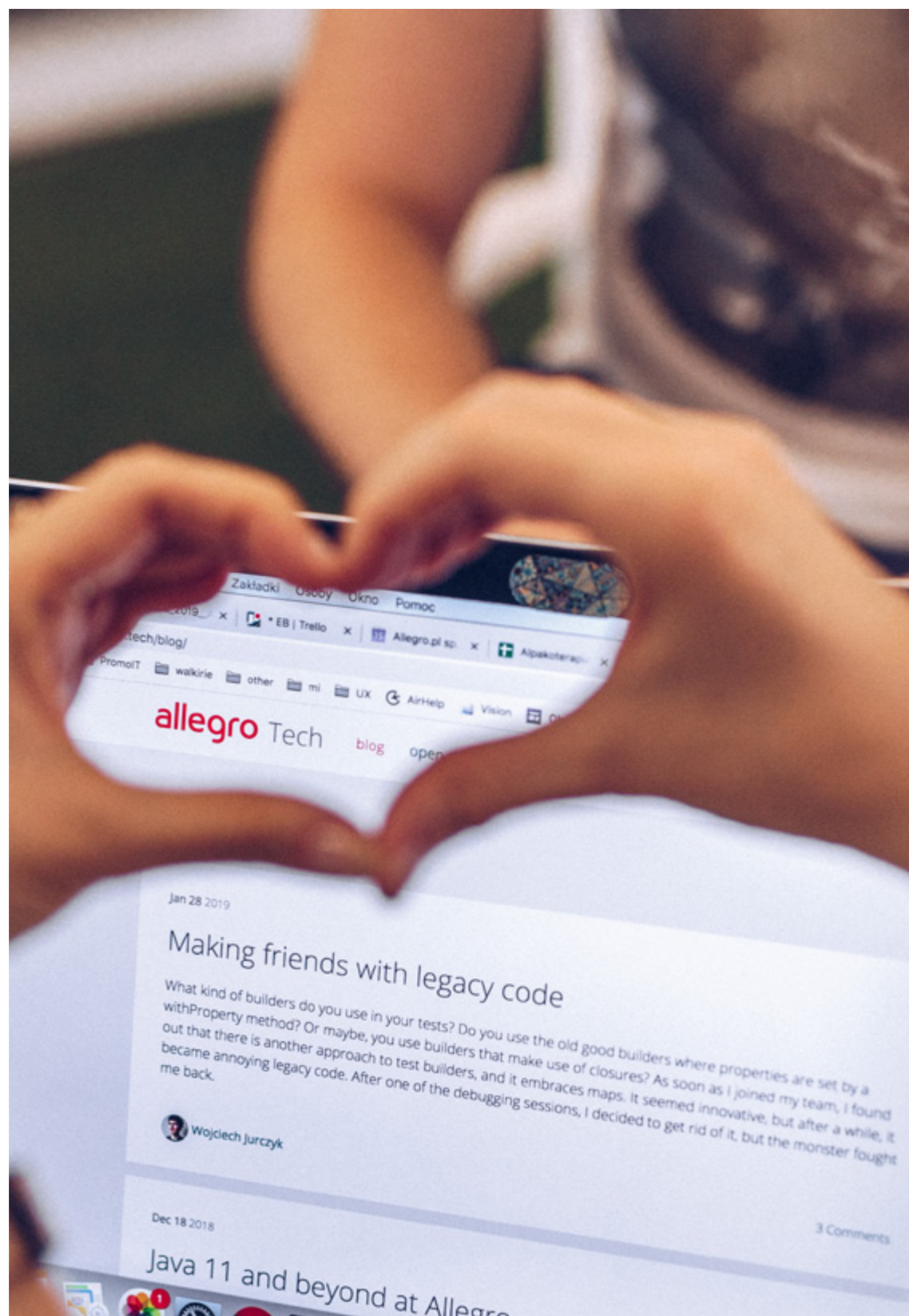
Grupa jest zdania, że autorskie rozwiązania pożyczkowe Allegro Pay znacznie poprawią doświadczenia po stronie użytkowników z korzystania z pożyczek konsumenckich dostępnych dla kupujących na platformie e-commerce Grupy, potencjalnie prowadząc do podejmowania lepszych decyzji kredytowych i szerszego wykorzystania rozwiązań w zakresie pożyczek konsumenckich przez kupujących.

Plany krótkoterminowe na 2021 r. obejmują skalowanie kwalifikowalności produktu do większości kupujących na Allegro, dalsze ulepszanie i skracanie procedur aktywacji oraz wdrożenie procesu zakupu i płatności za pomocą jednego kliknięcia. Ponadto, Grupa zamierza pozyskać dedykowane finansowanie zewnętrzne dla Allegro Pay do końca 2021 r.

3.6. Przejęcia

W dniu 27 stycznia 2020 r. Allegro.pl Sp. z o.o. sfinalizowała zakup 100% akcji FinAi za 7 mln PLN w gotówce. Dzięki tej transakcji powiększony został zespół ekspertów w obszarze FinTech, posiadających odpowiednie doświadczenie rynkowe, doświadczenie w zakresie uczenia maszynowego, sztucznej inteligencji i oceny kredytowej oraz wiedzę z dziedziny zarządzania ryzykiem, a także obowiązujących przepisów prawa i regulacji. Grupa spodziewa się, że te kompetencje i zdolności będą istotnymi elementami umożliwiającymi dalszy rozwój oferty usług finansowych, w tym uruchomienie w 2020 r. Allegro Pay. W przyszłości Grupa może dążyć do wykorzystywania wiedzy eksperckiej wypracowanej w FinAi na potrzeby opracowywania dodatkowych produktów związanych z usługami finansowymi dla kupujących lub sprzedających albo, potencjalnie, do wykorzystania w transakcjach przeprowadzanych poza platformą e-commerce Grupy.

W dniu 27 października 2020 r. Allegro Logistyka Sp. z o.o. nabyła 100% udziałów w spółce Opennet Sp. z o.o. za cenę 12,3 mln PLN zapłaconą w gotówce. Płatność została podzielona na dwie transze: kwota 8,4 mln PLN została rozliczona w dniu zawarcia transakcji, a pozostała kwota w wysokości 3,9 mln PLN ma zostać zapłacona w terminie do grudnia 2022 r. Opennet należy do czołowych dostawców rozwiązań technologicznych i oprogramowania dla logistyki, w tym automatów paczkowych w Polsce. Przejmując Opennet, spółka Allegro Logistyka pozyskała know-how i zespół wykwalifikowanych programistów, którzy będą wspierać rozwój planowanych przez Grupę rozwiązań „ostatniej mili”.



4. Raport na temat wynagrodzeń

Niniejszą część Sprawozdania stanowi raport na temat wynagrodzeń Allegro.eu za rok obrotowy zakończony w dniu 31 grudnia 2020 r., który został przygotowany przez Komitet Wynagrodzeń i Nominacji Spółki i przyjęty przez Radę Dyrektorów w dniu 28 września 2020 r. zgodnie z luksemburską ustawą z dnia 24 maja 2011 r. o wykonywaniu niektórych praw akcjonariuszy oraz wdrażającą dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2017/828 z dnia 17 maja 2017 r. zmieniającą dyrektywę 2007/36/WE w zakresie zachęcania akcjonariuszy do długoterminowego zaangażowania z późniejszymi zmianami („Ustawa”), a w szczególności art. 7ter Ustawy.

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 luksemburską z dnia 1 sierpnia 2019 r. w sprawie zmiany ustawy.

4.2. Cel i zakres Polityki wynagrodzeń

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

4.3. Wynagrodzenie Dyrektorów Wykonawczych i Kluczowych Menedżerów

Celem Polityki wynagrodzeń jest pozyskiwanie, motywowanie i zatrzymywanie Dyrektorów i Kluczowych Menedżerów, którzy reprezentują najwyższy poziom kompetencji i doświadczenia. Wynagrodzenie Dyrektorów i Kluczowych Menedżerów 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.

Komitet Wynagrodzeń i Nominacji uwzględnia opinie niezależnego doradcy w zakresie wynagrodzeń Dyrektorów Wykonawczych i Kluczowych Menedżerów. Doradcą wyznaczonym w roku 2020 została Grupa hkp. Rady i zalecenia doradców zewnętrznych zostały uwzględnione jako wytyczne, 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.

Grupa prowadzi działalność w Polsce i jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, ale konkuruje z czołowymi graczami na rynku międzynarodowym w bardzo wymagającym sektorze spółek technologicznych i e-commerce. Dlatego też, aby utrzymać obecną przewagę konkurencyjną firmy i budować przyszły sukces biznesowy, musi być w stanie pozyskiwać najbardziej utalentowanych pracowników w Polsce i za granicą (np. na rynku europejskim). W celu konkurowania o najbardziej utalentowanych pracowników, Grupa oferuje konkurencyjne poziomy i struktury wynagrodzeń oparte na obiektywnych danych rynkowych.

Biorąc pod uwagę wspomniany wyżej kontekst, Grupa określiła przedziały płacowe dla Dyrektorów i Kluczowych Menedżerów na bazie dwóch grup porównawczych:

- Grupę porównawczą 1 stanowią spółki wchodzące w skład indeksu WIG 20, do którego należy Allegro i w którym Allegro ma obecnie najwyższą kapitalizację rynkową. Wybór tej grupy porównawczej uwzględnia miejsce prowadzenia działalności przez Grupę i bierze pod uwagę lokalną praktykę rynkową w zakresie stanowisk Dyrektorów i Kluczowych Menedżerów.
- Grupa porównawcza 2 obejmuje europejskie spółki giełdowe z sektora e-commerce i technologii wybrane przez Komitet Wynagrodzeń i Nominacji. Dobór tej grupy porównawczej jest niezbędny do przedstawienia Allegro jako atrakcyjnego pracodawcy dla wysoko wykwalifikowanych osób z Polski i innych krajów Europy.

Dyrektorzy Wykonawczy i Kluczowi Menedżerowie nie otrzymywali żadnych wynagrodzeń (stałych ani zmiennych) od innych podmiotów należących do Grupy, oprócz wskazanych w niniejszym Raporcie na temat wynagrodzeń. Łączny pakiet wynagrodzeń Dyrektorów Wykonawczych i Kluczowych Menedżerów obejmuje następujące elementy:

4.3.1. Wynagrodzenie stałe

Dyrektorzy Wykonawczy i Kluczowi Menedżerowie są uprawnieni do stałego wynagrodzenia podstawowego za pracę określoną dla każdej osoby w akcie powołania i/lub umowie o pracę ze Spółką i/lub jej jednostkami zależnymi. W przypadku gdy Dyrektor lub Kluczowy Menedżer pełni funkcje w więcej niż jednej jednostce wchodzącej w skład Grupy, może on/ona otrzymywać stałe wynagrodzenie podstawowe 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. Wysokość wynagrodzenia podstawowego podlega corocznemu przeglądowi ze skutkiem od 1 kwietnia i jest porównywana z benchmarkami rynkowymi, aby zapewnić Grupie stałą konkurencyjność.

Dyrektorom Wykonawczym i Kluczowym Menedżerom przysługują dodatkowe świadczenia, w tym prawo do korzystania z wybranego pakietu opieki zdrowotnej oraz ubezpieczenia na życie i od niezdolności do pracy finansowanego przez pracodawcę (świadczenia dodatkowe). Spółka zapewnia Dyrektorom Wykonawczym i Kluczowym Menedżerom, na własny koszt, ubezpieczenie od wszelkich szkód wynikających z roszczeń z tytułu odpowiedzialności członków organów spółki kapitałowej (ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej członków organów spółki). Spółka nie zapewnia żadnych programów emerytalnych poza tymi, które są wymagane przez lokalne prawo pracy.

4.3.2. Wynagrodzenie zmienne krótkoterminowe

Oprócz wynagrodzenia podstawowego Dyrektorzy Wykonawczy i Kluczowi Menedżerowie mogą otrzymywać uznaniową premię roczną, która ma na celu:

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

Wysokość premii rocznej jest uzależniona od:

- wysokości rocznego wynagrodzenia zasadniczego,
- docelowej wysokości premii wyrażonej jako procent rocznego wynagrodzenia zasadniczego, który wynosi od 60% do 100% w zależności od pełnionej funkcji,
- osiągniętych wyników w porównaniu z ustalonymi kryteriami dotyczącymi wyników firmy, które warunkują wysokość odpowiedniej Korporacyjnej Puli Premiowej wyrażonej jako procent premii docelowej wynoszącej 100% i naliczanej dla każdego uczestnika puli (szczegółowe zasady przedstawiono poniżej),
- modyfikatora opartego na wynikach indywidualnych, który może zwiększać lub zmniejszać wysokość premii na podstawie wyników korporacyjnych w zakresie od +25% do - 100%, z uwzględnieniem następujących kryteriów:
 - realizacja celów i zadań,
 - postawa i sposób wykonywania pracy,
 - rozwój umiejętności i dzielenie się wiedzą,
- wszelkie inne cele, które mogą być każdorazowo wyznaczane przez Komitet.

Dyrektorzy Wykonawczy i Kluczowi Menedżerowie mogą otrzymać premię roczną z Korporacyjnej Puli Premiowej jednostki, w której pełnili swoją funkcję,

obliczaną zgodnie z kryteriami przedstawionymi poniżej. Dla uniknięcia wątpliwości, oprócz wynagrodzenia z tytułu pełnienia funkcji dyrektora otrzymywanego od Allegro.eu Dyrektorzy Wykonawczy

zatrudnieni zarówno w Allegro.pl, jak i Allegro.eu są uprawnieni do premii rocznej z puli Allegro.pl za rok obrotowy 2020.

Korporacyjna Pula Premiowa

Kryteria dotyczące wyników	<p>Pula premiowa Spółki operacyjnej jest uzależniona od stopnia realizacji kryteriów wynikowych. Cele roczne na dany rok są uzgadniane z Radą Dyrektorów i Komitetem.</p> <p>Podstawą do określenia puli premiowej spółki jest Wskaźnik Wyników Spółki. Na jego wysokość wpływa realizacja celów w zakresie dwóch kluczowych wskaźników efektywności (KPI):</p> <p>Allegro.pl i Allegro Pay:</p> <ul style="list-style-type: none"> • GMV – waga 50%, gdzie wynik na poziomie 100% = roczny budżet • EBITDA – waga 50%, gdzie wynik na poziomie 100% = roczny budżet <p>Ceneo.pl:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Przychody – waga 50%, gdzie wynik na poziomie 100% = roczny budżet • EBITDA – waga 50%, gdzie wynik na poziomie 100% = roczny budżet <p>eBilet: Brak puli premiowej na rok 2020. Począwszy od 2021 roku pula premiowa będzie ustalana na podstawie danych dotyczących spółek eBilet i Allegro.pl:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 60% CPI spółki eBilet (EBITDA / GMV) • 40% CPI spółki Allegro.pl (EBITDA / GMV)
Wyplata minimalna/ maksymalna (górnym limit) jako procent wynagrodzenia podstawowego	<p>Min. = 0%; 100% = roczny budżet Maks. = bez limitu dla GMV i górny limit na poziomie 150% dla EBITDA</p>
Próg naliczenia premii	realizacja kryteriów wynikowych spółki na poziomie 87,5%, oddzielnie dla każdego KPI.
Zwiększanie puli premiowej	Liniowo (8% premii za 1% realizacji celu)
Częstotliwość wypłat	Corocznie po potwierdzeniu wyników rocznych

4.3.3. Wynagrodzenie zmienne długoterminowe

Grupa wprowadza Program Motywacyjny Allegro (Allegro Incentive Plan, AIP), który przewiduje świadczenia uznaniowe oferowane Dyrektorom Wykonawczym, Kluczowym Menedżerom i pracownikom. 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 Dyrektorów z interesami Grupy oraz wspieranie rzeczywistej długoterminowej sytuacji finansowej i stabilności Grupy, a także tworzenie długoterminowej wartości dla akcjonariuszy.

Przyznanie pierwszych premii w ramach programu AIP planowane jest na kwiecień 2021 r.

Dyrektorzy Wykonawczy i Kluczowi Menedżerowie mogą otrzymywać wynagrodzenie zmienne w ramach AIP w formie Ekwiwalentów akcji za wyniki (Performance Share Units, „PSU”). Wybrani pracownicy Grupy mogą również otrzymać wynagrodzenie zmienne w postaci Ekwiwalentów akcji o ograniczonej zbywalności (Restricted Stock Units, „RSU”). Szczegółowe informacje na temat obu programów przedstawiono w poniższej tabeli:

Postanowienia programu mogą być zmieniane wyłącznie przez Zgromadzenie Akcjonariuszy, a 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 i Kluczowych Menedżerów.

Program Motywacyjny Allegro

Uprawnienia do uczestnictwa w Programie	Dyrektorzy i wybrani pracownicy Grupy mogą otrzymać nagrody przyznawane według uznania Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji
Formy nagród	Nagrody w ramach 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 – o ile spełnione zostaną warunki dotyczące wyników. Regulamin AIP przewiduje również możliwość przyznawania przez Komitet Wynagrodzeń i Nominacji innych form nagród, takich jak opcje na akcje.
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	Łączna całkowita wartość rynkowa Akcji, które stanowią przedmiot nagrody, nie może przekroczyć 200% rocznego wynagrodzenia podstawowego lub, w wyjątkowych okolicznościach, 300% tego wynagrodzenia (według stanu na dzień przyznania). Komitet Wynagrodzeń i Nominacji określi wartość nagród, które zostaną przyznane każdemu Uczestnikowi w danym roku obrotowym.
Źródło akcji	Akcje przyznawane w ramach programu AIP mogą obejmować nowo wyemitowane Akcje, Akcje własne lub Akcje zakupione na rynku (w tym Akcje utrzymywane w funduszu powierniczym świadczeń pracowniczych).

Program Motywacyjny Allegro

Terminy przyznawania nagród	Przewiduje się, że pierwsze nagrody w ramach programu AIP zostaną przyznane w kwietniu 2021 roku. Po tym terminie nagrody będą z reguły przyznawane w okresie sześciu tygodni po ogłoszeniu przez Emitenta wyników rocznych. Jednakże Komitet Wynagrodzeń i Nominacji może przyznawać nagrody poza tym okresem według własnego uznania. O ile Zgromadzenie Akcjonariuszy nie postanowi inaczej, po upływie dziesięciu lat od przyjęcia programu AIP nie będzie możliwe przyznawanie żadnych nagród.
Warunki dotyczące wyników	Przyznawanie nagród w formie jednostek PSU będzie podlegać warunkom dotyczącym wyników, które zostaną określone przez Komitet Wynagrodzeń i Nominacji w momencie przyznania. W zależności od stopnia spełnienia warunków dotyczących wyników możliwe będzie nabycie uprawnień do nagród na poziomie od 0% (jeżeli warunki dotyczące wyników nie zostaną spełnione) do 200% (jeżeli warunki zostaną spełnione na maksymalnym poziomie). 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.
Nabywanie uprawnień i wydawanie nagród	Prawa do jednostek RSU będą nabywane, a akcje będą wydawane w zwykłym trybie w trzech transzach rocznych – po 25%, 25% i 50% odpowiednio w pierwszą, drugą i trzecią rocznicę daty przyznania, pod warunkiem kontynuacji zatrudnienia. Prawa do jednostek PSU będą nabywane w zwykłym trybie w trzech transzach rocznych – po 25%, 25% i 50% odpowiednio w pierwszą, drugą i trzecią rocznicę daty przyznania, jednakże akcje zostaną wydane dopiero w trzecią rocznicę przyznania, pod warunkiem kontynuacji zatrudnienia i spełnienia odpowiednich warunków dotyczących wyników, odnoszących się do danych jednostek PSU. Komitet Wynagrodzeń i Nominacji może według własnego uznania przyznawać nagrody podlegające innemu okresowi nabywania uprawnień i harmonogramowi wydawania. Każda część nagrody w ramach programu AIP, która nie zostanie wydana zgodnie z jej warunkami, ulega natychmiastowemu wygaśnięciu.
Zmniejszenie wysokości lub Zwrot wypłaty składnika wynagrodzenia	Komitet Wynagrodzeń i Nominacji może zmniejszyć liczbę Akcji przyznanych w formie PSU lub w okresie dwóch lat od wydania PSU zażądać spłaty części lub całości wydanych w ten sposób Akcji (po potrąceniu podatku) w przypadku wystąpienia określonych zdarzeń, w tym (i) rażącego naruszenia obowiązków przez Uczestnika, oszustwa lub nieuczciwości Uczestnika lub osoby działającej pod jego kierownictwem, w każdym przypadku skutkującego istotnymi stratami dla Grupy lub powodującego istotną szkodę dla reputacji Grupy, oraz (ii) istotnego błędu w ocenie wyników (w tym istotnego zniekształcenia sprawozdań finansowych w przypadku zwrotu wypłaty składnika wynagrodzenia), na podstawie której przyznano nagrodę w określonej wysokości lub wydano określoną liczbę Akcji.

Program Motywacyjny Allegro

Odejście z Grupy	<p>Jeżeli Uczestnik przestanie być zatrudniony w Grupie:</p> <ul style="list-style-type: none"> 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”), zostanie on zakwalifikowany jako “Bad Leaver”; oraz z jakiegokolwiek innego powodu, zostanie on zakwalifikowany jako “Good Leaver”. <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.pl 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>
------------------	--

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

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

Zgodnie z zasadami programu PSU Komitet Wynagrodzeń i Nominacji ma możliwość wyboru innych warunków dotyczących wyników niż te określone dla nagród przyznawanych w 2021 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.

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

- warunki przyznania jednostek PSU na poziomie 200% (poziom maksymalny) należy dostosować do celów planu 3-letniego;
- warunki przyznania jednostek PSU na poziomie 100% (poziom docelowy) muszą być powyżej prognozowanego wzrostu rynku;
- warunki przyznania jednostek PSU na poziomie 0% (poziom progowy) muszą być na minimalnym poziomie wzrostu.

Program inwestycyjny dla kierownictwa

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

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

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

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

- w sytuacji, w której niektórzy menedżerowie otrzymali pożyczki bez regresu na zakup części swoich akcji, uznaje się, że pożyczki bez regresu wraz z wyemitowanymi akcjami stanowią opcję w rozumieniu MSSF 2. Daje ona stronie otrzymującej pożyczkę prawo, by w przypadku wyjścia z inwestycji nie spłacać pożyczki, a zamiast tego zrzec się swoich praw do akcji.
- większość menedżerów była również uprawniona do udziału w „mechanizmie zapadkowym”, zgodnie z którym, jeżeli w momencie wyjścia z inwestycji ostateczna kwota zwrotu dla akcjonariuszy była co najmniej trzykrotnie wyższa od kwoty ich początkowej inwestycji, wówczas akcje typu B należące do menedżerów uprawniały do udziału w dodatkowej kwocie w wysokości 1% wpływów od akcjonariuszy.

Przy zastosowaniu postanowień MSSF 2 do tych dwóch elementów, świadczenia zostały wycenione w wartości godziwej na dzień przyznania i amortyzowane przez przewidywany okres nabywania uprawnień. Oczekiwanym terminem nabycia uprawnień na dany dzień przyznania opcji był czerwiec lub grudzień 2021 r. i stanowił on zakładany termin zapadalności opcji na dzień przyznania.

Mechanizm zapadkowy, który został przyznany zarówno kluczowemu Kierownictwu, jak i innym wybranym menedżerom, został również wyceniony zgodnie z MSSF 2 w momencie wprowadzenia programu MIP. Koszty, które zostały ujęte przez Grupę w związku z tymi dwoma warunkami programu MIP były kosztami o charakterze niepieniężnym.

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

Niepieniężne wynagrodzenia w formie akcji rozliczane w instrumentach kapitałowych ujęte zgodnie z MSSF 2 z tytułu inwestycji wycenianych w wartości godziwej dokonanych w ramach WPI (w tys. PLN)

Imię i nazwisko Dyrektora	Spółka	Stanowisko	2020
Darren Huston	Allegro.eu	Przewodniczący Rady Dyrektorów Dyrektor Niewykonawczy	3 772,1
Francois Nuyts	Allegro.eu	Dyrektor Wykonawczy	3 044,6
Jon Eastick	Allegro.eu	Dyrektor Wykonawczy	130,9
Piotr Szybiak	Allegro.eu	Kluczowy Menedżer MBM	109,7
Damian Zapłata	Allegro.eu	Kluczowy Menedżer MBM	109,7
Wojciech Bogdan	Allegro.eu	Kluczowy Menedżer MBM	1 737,5
Marcin Łachajczyk	Allegro.eu	Kluczowy Menedżer MBM	38,7

4.3.4. Zestawienie wynagrodzeń Dyrektorów Wykonawczych i Kluczowych Menedżerów

Zestawienie wynagrodzeń Dyrektorów Wykonawczych
i Kluczowych Menedżerów za rok 2020 (w tys. PLN)

Imię i nazwisko Dyrektora	Spółka	Stanowisko	Wynagrodzenie stałe			Wynagrodzenie zmienne			Pozycja nadzwyczajna	Koszty świadczeń emerytalnych	Wynagrodzenie ogółem	Udział wynagrodzenia stałego i zmiennego	
			Wynagrodzenie podstawowe	Oplaty	Pozostałe świadczenia	Zmienne za jeden rok*	Zmienne za wiele lat	Stale				Zmienne	
Francois Nuyts	Allegro.eu	Dyrektor Wykonawczy (01,09,2020 –)	—	74,1	—	—	—	—	—	74,1	100%	0%	
	Allegro.pl	Group CEO MBM (01,08,2018 –)	3 349,0	—	39,3	7 304,2	—	—	—	10 692,6	32%	68%	
Jon Eastick	Allegro.eu	Executive Director (01,09,2020 –)	—	74,1	—	—	—	—	—	74,1	100%	0%	
	Allegro.pl	Group CFO MBM (01,09,2020 –)	1 065,6	—	41,3	1 336,3	—	—	—	2 443,3	45%	55%	
Piotr Szybiak	Allegro.pl	CTO MBM (01,12,2015 –)	996,9	—	65,8	1 251,4	—	—	—	2 314,1	46%	54%	
Damian Zapłata	Allegro.pl	CCO MBM (01,12,2017 –)	1 065,6	—	64,2	1 633,2	—	—	—	2 763,0	41%	59%	
Wojciech Bogdan	Allegro.pl	CDO MBM (01,05,2020 –)	680,0	—	4,1	1 112,3	—	—	—	1 796,5	38%	62%	
Marcin Łachajczyk	Ceneo.pl	Dyrektor Zarządzający MBM (01,01,2013 –)	579,8	—	60,3	573,1	—	—	—	1 213,1	53%	47%	

* Kwoty premii oparte są na wartościach naliczonych, ponieważ ostateczne kwoty nagród zgodnie z zasadami krótkoterminowego wynagrodzenia zmiennego za rok 2020 nie zostały jeszcze ustalone i wypłacone na dzień sporządzenia niniejszego Raportu

4.4. Wynagrodzenie Dyrektorów Niewykonawczych

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

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

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

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

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

Zestawienie wynagrodzeń Dyrektorów Niewykonawczych za rok 2020 (w tys. PLN)

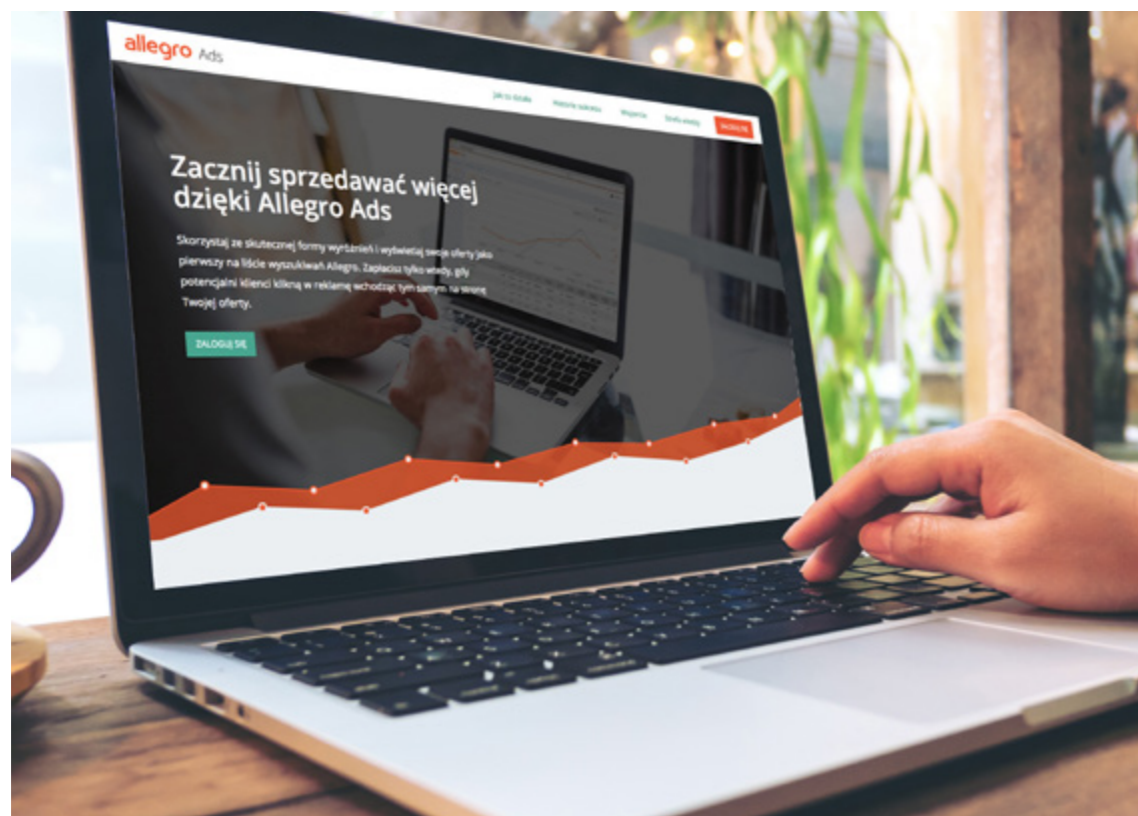
Imię i nazwisko Dyrektora (data powołania – rezygnacji z członkostwa w Radzie Dyrektorów)	Spółka	Stanowisko	Wynagrodzenie stałe			Wynagrodzenie zmienne		Pozycja nadzwyczajna	Koszty świadczeń emerytalnych	Wynagrodzenie ogółem	Udział wynagrodzenia stałego i zmiennego	
			Wynagrodzenie podstawowe	Oplaty	Pozostałe świadczenia	Zmienne za jeden rok*	Zmienne za wiele lat				Stale	Zmienne
Darren Huston (12.05.2017 –)	Allegro.eu	Przewodniczący Rady Dyrektorów Dyrektor Niewykonawczy	—	479,5	—	—	—	—	—	479,5	100%	0%
Carla Smits-Nusteling (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy	—	182,2	—	—	—	—	—	182,2	100%	0%
David Barker (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Dyrektor Niewykonawczy	—	—	—	—	—	—	—	0,0	—	—
Nancy Cruickshank (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy	—	160,0	—	—	—	—	—	160,0	100%	0%
Paweł Padusiński (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Dyrektor Niewykonawczy	—	—	—	—	—	—	—	0,0	—	—
Richard Sanders (01.09.2020 –)	Allegro.eu	Dyrektor Niewykonawczy	—	—	—	—	—	—	—	0,0	—	—
Daniele Arendt (05.05.2017 – 12.10.2020)	Allegro.eu	Dyrektor Niewykonawczy	—	—	—	—	—	—	—	0,0	—	—
Gautier Laurent (05.05.2017 – 12.10.2020)	Allegro.eu	Dyrektor Niewykonawczy	—	—	—	—	—	—	—	0	—	—
	Adinan Midco	Dyrektor	160,0	—	—	—	—	—	—	160,0	100%	0%
Séverine Michel (05.05.2017 – 12.10.2020)	Allegro.eu	Dyrektor Niewykonawczy	—	—	—	—	—	—	—	0,0	—	—
Cédric Pedoni (05.05.2017 – 12.10.2020)	Allegro.eu	Dyrektor Niewykonawczy	—	—	—	—	—	—	—	0,0	—	—
Gilles Willy Duroy (17.10.2019 – 12.10.2020)	Allegro.eu	Dyrektor Niewykonawczy	—	—	—	—	—	—	—	0,0	—	—

Pozostałe transakcje z podmiotami powiązanymi zawarte z Dyrektorami Niewykonawczymi Grupy przed przeprowadzeniem pierwszej oferty publicznej

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

Umowa ta została rozwiązana przed przeprowadzeniem pierwszej oferty publicznej. Wynagrodzenie to zostało wykazane jako transakcje z podmiotami powiązanymi w Nocie 37 do Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego.

Żaden z pozostałych Dyrektorów Niewykonawczych nie świadczył usług na rzecz Grupy, za które otrzymaliby wynagrodzenie finansowe w okresie pomiędzy powstaniem Spółki a jej pierwszą ofertą publiczną.



4.5. Informacje porównawcze dotyczące wynagrodzeń i wyników Spółki

Poniższa tabela przedstawia roczne wynagrodzenia Dyrektorów i Kluczowych Menedżerów, wyniki Spółki oraz średnie całkowite roczne wynagrodzenia pracowników Spółki i Grupy niebędących Dyrektorami i Kluczowymi Menedżerami w 2020 r.

Z racji tego, że jest to pierwszy rok realizacji obowiązków sprawozdawczych przez Spółkę po przeprowadzeniu pierwszej oferty publicznej, Grupa będzie przedstawiać dane porównawcze w kolejnych latach.

Zmiana w ujęciu rocznym		Informacje dotyczące 2020 roku (w tys. PLN)
Łączne wynagrodzenie Dyrektora (od wszystkich podmiotów prawnych)		
Francois Nuyts	CEO, Dyrektor Wykonawczy	10 766,6
Jon Eastick	CFO, Dyrektor Wykonawczy	2 517,4
Darren Huston	Przewodniczący Rady Dyrektorów, Dyrektor Niewykonawczy	479,5
Carla Smits-Nusteling	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy	182,2
David Barker	Dyrektor Niewykonawczy	0,0
Nancy Cruickshank	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy	160,0
Paweł Padusiński	Dyrektor Niewykonawczy	0,0
Richard Sanders	Dyrektor Niewykonawczy	0,0
Daniele Arendt	Dyrektor Niewykonawczy	0,0
Gautier Laurent	Dyrektor Niewykonawczy	160,0
Séverine Michel	Dyrektor Niewykonawczy	0,0
Cédric Pedoni	Dyrektor Niewykonawczy	0,0
Gilles Willy Duroy	Dyrektor Niewykonawczy	0,0
Piotr Szybiak	Kluczowy Menedżer, MBM	2 314,1
Damian Zapłata	Kluczowy Menedżer, MBM	2 763,0
Marcin Łachajczyk	Kluczowy Menedżer, MBM	1 213,1
Wojciech Bogdan	Kluczowy Menedżer, MBM	1 796,5
Wyniki Spółki		
GMV (w mln PLN)		35 110,9
EBITDA – segment Allegro		1 530 326,0
EBITDA – segment Ceneo		134 552,0
Przychody – segment Ceneo		280 528,0
Średnie roczne wynagrodzenie pracowników niebędących Dyrektorami i Kluczowymi Menedżerami		
Wynagrodzenie ogółem		124,5

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

4.6. Różnorodność i otwartość

Spółka dokłada wszelkich starań, aby być pracodawcą zapewniającym równe szanse; miejscem, w którym każdy pracownik jest szanowany i wspierany w osiąganiu swojego najwyższego potencjału. Spółka tworzy środowisko pracy, w którym każdy może zabrać głos, aby usunąć bariery na drodze do sukcesu, współpracować z innymi i wcielać swoje najlepsze pomysły w życie. Dla podkreślenia wagi tych kwestii w dniu 17 grudnia 2020 roku Rada Dyrektorów przyjęła Politykę różnorodności.

Oto najważniejsze środki mające na celu zapewnienie różnorodności:

- Przyjęcie polityki przeciwdziałania zjawiskom dyskryminacji i mobbingu,
- Przyjęcie Kodeksu postępowania „Stay Fair”,
- Przyjęcie polityki zgłaszania nieprawidłowości,
- Prowadzenie szkoleń promujących różnorodność,
- Dążenie do równego traktowania wszystkich pracowników, niezależnie od płci, tożsamości płciowej, wieku, rasy, formy zatrudnienia, poglądów politycznych, orientacji psychoseksualnej, niepełnosprawności, stanu zdrowia, narodowości, pochodzenia etnicznego, religii, wyznania, statusu bezwyznaniowego, przekonań, przynależność do związku zawodowego, statusu cywilnego czy stylu życia, także podczas oceny pracownika oraz podejmowania decyzji dotyczących zatrudnienia i awansu,
- Wspieranie kobiet wybierających karierę w branży technologicznej,
- Wspieranie różnorodności przy wyborze członków Rady,

- Wspieranie inicjatyw dotyczących różnorodności i integracji,
- Zwiększenie możliwości zmiany stanowiska wewnątrz spółki,
- Monitorowanie podejmowanych działań i raportowanie ich efektów.

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

4.7. 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.

5. Oczekiwania dla Grupy w roku obrotowym 2021 i w średnim okresie

Grupa przedstawia następującą aktualizację w odniesieniu do celów i przewidywań omówionych w punkcie „Omówienie i analiza przez kierownictwo sytuacji finansowej i wyników działalności operacyjnej” Prospektu Emisyjnego Spółki z dnia 22 września 2020 r.

Niniejsza aktualizacja uwzględnia ewentualność nasilenia konkurencji na rynku w 2021 r. Nie obejmuje ona natomiast ryzyka wynikającego z możliwości wprowadzenia rozważanego obecnie przez polskie władze opłaty od reklam cyfrowych.

	2019 Wykonanie	2020 Wykonanie	Rok obrotowy 2021		W średnim terminie	
			Prospekt emisyjny	Aktualizacja	Prospekt emisyjny	Aktualizacja
GMV	25%	54%	High 20s%/Low 30s%	30-35% (Low-to-mid 30s%)	20-25% (Low-to-mid 20s%)	Okolo 25% (Mid 20s%)
	Dynamika wzrostu r/r	Dynamika wzrostu r/r	wzrost CAGR 2019-21:	wzrost CAGR 2019-21:	Dynamika wzrostu r/r	Dynamika wzrostu r/r
				= Nieco poniżej 20% (High teens%)		
				Dynamika wzrostu r/r		
Revenue	31%	54%	Okolo 35% (Mid 30s%)	Nieco poniżej 40% (High 30s%)	Nieco więcej niż wzrost GMV	Nieco więcej niż wzrost GMV
	Dynamika wzrostu r/r	Dynamika wzrostu r/r	wzrost CAGR 2019-21:	wzrost CAGR 2019-21:	Dynamika wzrostu r/r	Dynamika wzrostu r/r
				= Nieco poniżej 30% (High 20s%)		
				Dynamika wzrostu r/r		

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

	2019 Wykonanie	2020 Wykonanie	Rok obrotowy 2021		W średnim terminie	
			Prospekt emisyjny	Aktualizacja	Prospekt emisyjny	Aktualizacja
Adjusted EBITDA ^[1]	20%	31%	Bardziej zbliżona do	Okolo 15% (Mid Teens %)	Zasad- niczo = Wzrost GMV	Zasad- niczo = Wzrost GMV
	Dynamika wzrostu r/r	Dynamika wzrostu r/r	Wzrostu w 2019 r,	Dynamika wzrostu r/r	Dynamika wzrostu r/r	Dynamika wzrostu r/r
Capex ^[2]	5 5% przy- chodów	5 8% przy- chodów	425-475 mln PLN	560-600 mln PLN	550-650 mln PLN (w 2022E); w średnim terminie ok, 5% przychodów	700-950 mln PLN w latach 2022-23E; następnie ok, 5-6% przychodów ^[3]

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

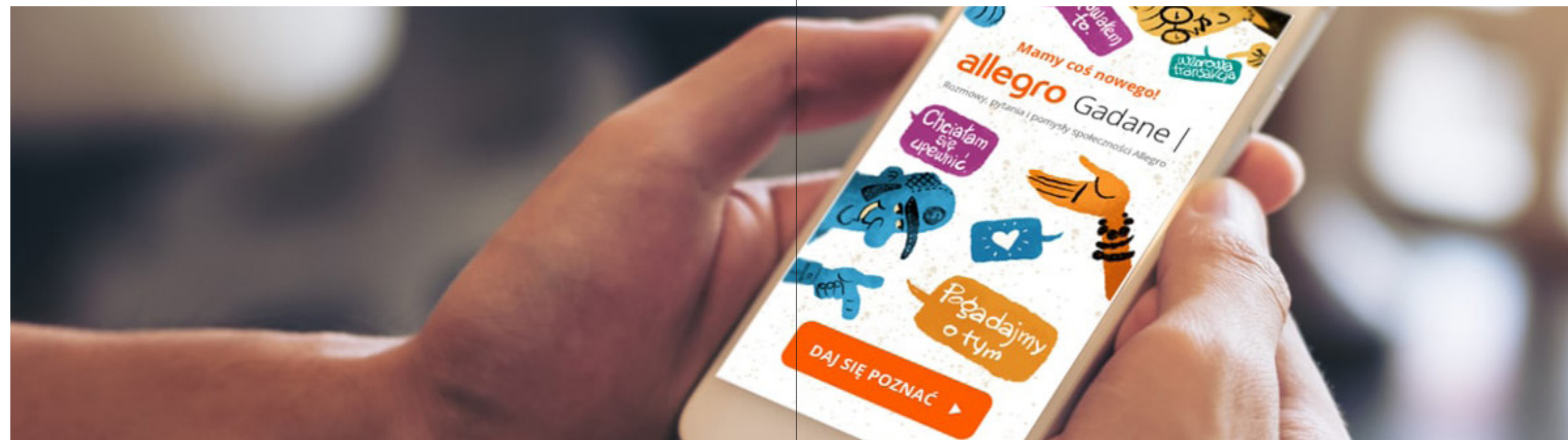
[2] Gotówkowe nakłady inwestycyjne, bez aktywów w leasingu (które są wykazane w bilansie)

[3] Po wprowadzeniu rozwiązań w obszarze dostaw

6. Sytuacja handlowa w ostatnim czasie

Wyniki w zakresie GMV w okresie dwóch miesięcy zakończonych 28 lutego 2021 r. były satysfakcjonujące w kontekście oczekiwań na rok obrotowy 2021 określonych przez Grupę w punkcie 5. W ujęciu bezwzględnym GMV jest poniżej poziomów odnotowanych w IV kwartale 2020 r., odzwierciedlając zwykłą sezonowość, natomiast stopa wzrostu r/r

pozostała zwiększona, przy czym sytuacja ta dotyczy okresu jeszcze sprzed nadejścia miesięcy, na które w ubiegłym roku wpływ wywarła pandemia COVID-19 (marzec-grudzień).





allegro

III.
Sprawozdanie
niefinansowe

1. Model biznesowy, działalność operacyjna i ład korporacyjny

1.1. Model biznesowy

Zakres działalności gospodarczej

Allegro.pl jest najbardziej rozpoznawalną marką e-commerce w Polsce (źródło: Gemius). Na dzień 31 grudnia 2020 r. oku z platformy e-commerce Grupy skorzystało około 13 mln Aktywnych Kupujących, którzy mieli dostęp do ofert ponad 128 000 sprzedawców. Allegro.pl przyciąga średnio 21 mln internautów miesięcznie, co odpowiada 66% mieszkańców Polski w wieku minimum 16 lat oraz 78% wszystkich użytkowników Internetu w Polsce. Jest to jeden ze 100 największych serwisów internetowych na świecie pod względem miesięcznej liczby odwiedzin (źródło: SimilarWeb). Za pośrednictwem należącej do Grupy platformy e-commerce sprzedawcy oferują towary w wielu kategoriach takich jak: motoryzacja, dom i ogród, książki, multimedia, kolekcje i sztuka, moda i obuwie, elektronika, produkty dla dzieci, zdrowie i uroda, sport i turystyka oraz supermarket. Na platformie e-commerce Grupy sprzedawcy oferują kupującym przede wszystkim nowe produkty w modelu biznesowym business-to-consumer („B2C”). Handel prowadzony w modelu consumer-to-consumer („C2C”) stanowił mniej niż 4% przychodów netto Grupy za okres dwunastu miesięcy zakończony 31 grudnia 2020 r.

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. W celu zwiększenia sprzedaży za pośrednictwem platformy Grupa świadczy szereg usług wspierających sprzedawców, m.in. oferuje narzędzia do monitoro-

wania wyników sprzedaży i zarządzania konkurencyjnością oferty, integrację z wieloma dostawcami usług płatniczych, standardowe rozwiązania w zakresie dostaw i 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. Grupa prowadzi również, w ograniczonym zakresie, własną sprzedaż detaliczną 1P, 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 0,7% wartości towarów brutto („GMV”) Grupy za rok zakończony 31 grudnia 2020 r. Celem tej działalności jest przede wszystkim rozwiązanie problemu małego konkurencyjnych cen i istotnych braków w ofercie dostępnej w modelu 3P.

Ceneo.pl jest polską porównywarką cen dla różnych kategorii produktów. Jest to rozpoznawalna marka, która przyciągała w 2020 roku średnio 26 mln użytkowników miesięcznie (źródło: Google Analytics). Według stanu na grudzień 2020 r. w serwisie Ceneo.pl zarejestrowanych było 20 000 sklepów detalicznych online, a konsumenci korzystający z usługi porównywania cen mieli dostęp do informacji dotyczących 24 mln ofert produktów.

Grupa jest również operatorem serwisu eBilet – polskiej strony pośredniczącej w sprzedaży biletów na wydarzenia o charakterze rozrywkowym, kulturalnym, rodzinnym i sportowym – przez który w roku zakończonym 31 grudnia 2019 r. sprzedano ok. 2,3 mln biletów. W 2020 roku działalność serwisu eBilet w zakresie sprzedaży biletów została istotnie ograniczona w wyniku zamknięcia branży wydarzeń rozrywkowych organizowanych na żywo w następstwie wybuchu pandemii COVID-19.

Grupa uzyskuje również 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.

Główne cechy platformy biznesowej i strategii rozwoju Grupy

WYRÓŻNIAJĄCA SIĘ PROPOZYCJA WARTOŚCI OFEROWANA PRZEZ GRUPĘ CZERPIE Z EFEKTU KOŁA ZAMACHOWEGO, KTÓREGO FUNDAMENTEM JEST SKUPIENIE PRZEDE WSZYSTKIM NA PODSTAWOWYCH ASPEKTACH SPRZEDAŻY DETALICZNEJ.

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, konkurencyj-

ności cenowej oraz jak najlepszych wrażeń związanych z zakupami i dostawą. Efekt ten przyspiesza dzięki innowacjom wprowadzanym na platformie, które ułatwiają zakupy online i zwiększają konwersję sprzedaży, takim jak wykorzystanie rekomendacji i personalizacji opartych na technologii uczenia maszynowego, rozwój mobilnych punktów wejścia na platformę, wykorzystanie przeprowadzanych na masową skalę testów preferencji użytkownika produktów przez konsumentów, 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.

Po stronie podaży Grupa jest najważniejszym punktem wejścia na rynek online dla sprzedawców w Polsce, który umożliwia im dotarcie do ogromnego grona Aktywnych Kupujących, czyli około 13 mln osób (stan na 31 grudnia 2020 r.). Grupa obsługuje ogromną część ogółu sprzedawców w Polsce dzięki swojej unikalnej propozycji wartości, która obejmuje: dostęp do dużej bazy kupujących, program lojalnościowy SMART!, łatwość obsługi, zachęcającą 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 osiągnięcie jak najlepszych wyników oraz finansowanie sprzedawców. Baza sprzedawców Grupy obejmuje duże marki, takie jak P&G i Reckitt Benckiser, sprzedawców detalicznych, takich jak MediaMarkt i Carrefour, a także, w szczególności, polskie MŚP. Grupa jest przekonana, że tak szeroki wybór sprzedawców umożliwia jej oferowanie najszerszego asortymentu produktów po atrakcyjnych cenach, bez konieczności uzależniania się od poszczególnych sprzedawców. Na przestrzeni ostatnich trzech lat Grupa znacząco profesjonalizowała swoje podejście do sprzedawców, tworząc dedykowany zespół obsługi klienta złożony z 50 specjalistów ds. kategorii produktów dla największych 3 000 sprzedawców oraz koncentrując się na usprawnieniu i automatyzacji kluczowych procesów związanych z obsługą sprzedawców.

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 kosztujący użytkownika 49 PLN rocznie (lub 8,99 PLN miesięcznie w 2020 r., przy czym od stycznia 2021 r. koszt ten wzrasta do 10,99 PLN), którego podstawą jest darmowa dostawa i darmowe zwroty i który wzbogacony jest o dodatkowe korzyści dla klienta, m. in. takie jak codzienne promocje SMART! czy dedykowane wydarzenia zakupowe SMART! Week, ekskluzywne przedsprzedaże na najważniejsze wydarzenia rozrywkowe czy dostęp do ekskluzywnych premier produktowych. 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 zaglądną w pierwszej kolejności.

Doświadczenia w zakresie dostaw również stanowiły kluczowy obszar innowacyjności – w ciągu niespełna trzech lat Grupie udało się przejść na zarządzaną i zintegrowaną sieć dostaw 3P, która wykorzystuje również nisko kapitałochłonny model 3P Grupy. Sieć dostaw Grupy w modelu 3P dostarcza produkty szybko, niezawodnie i tanio, jednocześnie nie mając fizycznego kontaktu z artykułami, które trafiają bezpośrednio od Sprzedawcy do Kupującego. W 2020 roku Allegro

wprowadziło rozwiązanie służące przewidywaniu czasu dostawy, wskazujące dzień, w którym produkt zostanie dostarczony, a także rozszerzyło dostęp do rosnącej ogólnopolskiej sieci punktów odbioru/doręczeń poza domem oraz automatów paczkowych i opcji dostaw kurierskich realizowanych przez partnerów zajmujących się dostawami.

Pod względem sprawności i niezawodności dostaw Grupa wyróżnia się na tle innych rozwiązań oferowanych w Polsce, zarówno ze strony kupujących, jak i sprzedawców. W celu zarządzania siecią realizacji zamówień i dostaw 3P Grupa stworzyła „HUB”, czyli unikalne, oparte na uczeniu maszynowym, autorskie oprogramowanie, które umożliwia integrację platformy Allegro, szeregu dostawców usług logistycznych oraz ponad 128 000 sprzedawców na wspólnej platformie e-commerce Grupy (stan na 31 grudnia 2020 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 operatorami logistycznymi, w tym między innymi z InPost, DPD, UPS oraz Poczta Polska. Na dzień 31 grudnia 2020 r. istotna większość dostaw była realizowana z wykorzystaniem kontraktów i narzędzi Grupy.

.Sieć dostaw Grupy w modelu 3P okazała się odporna na zakłócenia w łańcuchu wartości sektora e-commerce wynikających z lockdownów wprowadzonych w związku z pandemią COVID-19. Przyczyniło się to do znacznego wzrostu liczby transakcji w drugim kwartale, kiedy to na okres dwóch miesięcy zamknięto wszystkie tradycyjne punkty sprzedaży detalicznej, które nie służyły zaspokajaniu podstawowych potrzeb klientów, oraz ponownie w czwartym kwartale, kiedy to przez większą część listopada centra handlowe pozostawały zamknięte. W tych okresach, a także tradycyjnie już w czasie grudniowego przedświątecznego szczytu popytu, sieć dystrybucyjna pracowała z niewielkimi tylko wydłużeniami czasu dostaw w wybranych kategoriach.

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 wydajności (KPI) i doskonale rozumie, w jaki sposób zarządzać tymi wskaźnikami, aby wzmacniać efekt koła zamachowego. Prezes, Dyrektor Generalny oraz pozostali członkowie kierownictwa posiadają bogate doświadczenie w czołowych firmach z branży e-commerce, technologicznej, konsultingowej i finansowej. Połączenie globalnego doświadczenia z lokalną wiedzą pozwoliło zespołowi na zbudowanie tego, czym Grupa jest dzisiaj – numerem jeden wśród serwisów e-commerce w Polsce, docenianym nie tylko przez kupujących i sprzedawców, ale także przez pracowników.

Zespół zarządzający Grupy stworzył kreatywne miejsce pracy dla swoich pracowników, promując różnicowaną, koleżeńską i przedsiębiorczą kulturę opartą na pracy zespołowej, zaangażowaniu, ciągłym rozwoju zawodowym i maksymalizacji wartości dla wszystkich zainteresowanych. W wyniku ciągłego wprowadzania innowacji, testowania, sprawdzania, ulepszania i podnoszenia poprzeczki w rekrutacji Allegro stało się organizacją wymagającą, o wysokim poziomie dbałości, co w opinii Grupy owocuje wysokim poziomem zaangażowania pracowników i pozyskiwaniem najwyższej klasy specjalistów. W ankiecie przeprowadzonej w kwietniu 2020 roku około 93% pracowników Grupy stwierdziło, że poleciliby Allegro jako świetne miejsce pracy, około 91% stwierdziło, że uważa Allegro za miejsce pracy sprzyjające integracji, a około 90% stwierdziło, że Allegro tworzy atmosferę otwartej komunikacji. Co najważniejsze w 2020 roku wskaźnik zaangażowania Grupy plasował się na poziomie 78%, czyli powyżej średniej w branży nowych technologii dla firm zatrudniających globalnie ponad 1000 pracowników wynoszącej 73% (źródło: CAMP). Grupa ma dostęp do bogatego rynku wykwalifikowanych specjalistów w Polsce i zrzesza największy w Polsce zespół technologiczny liczący ponad 3150 osób pracujących w pięciu centrach technologicznych na terenie całego kraju, z których ponad 1000 to inżynierowie.

LEPSZE DOŚWIADCZENIA KUPUJĄCYCH I SPRZEDAWCÓW JAKO PODSTAWA DO DALSZEJ EKSPANSJI I WZROSTU

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

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

- dalszej automatyzacji i optymalizacji kluczowych procesów obsługi sprzedawców, jak również rozwoju i udoskonalaniu narzędzi dla sprzedawców oraz usług stanowiących wartość dodaną;
- rozwoju Grupy w zakresie wyszukiwania, odkrywania i konwersji sprzedaży;
- 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.

DALSZY ROZWÓJ PROGRAMU SMART! I USŁUG W ZAKRESIE DOSTAW

Program lojalnościowy SMART! osiągnął znaczący sukces. Świadczy o tym fakt, że liczba aktywnych, płacących abonentów na dzień 30 czerwca 2020 roku wynosiła 2,1 miliona i w dalszym ciągu bardzo szybko rosła w drugiej połowie 2020 roku. Kierownictwo uważa jednak, że istnieje duża przestrzeń do dalszego wzrostu

liczby abonentów SMART! oraz wzrostu wskaźnika GMV dotyczącego produktów, które są objęte korzyściami wynikającymi z programu SMART!, takimi jak darmowa dostawa. Grupa zamierza kontynuować rozwój i wzbogacanie oferty SMART! poprzez dalszą poprawę szybkości dostawy i parametrów doświadczenia, uzupełnienie programu SMART! o ofertę FinTech z zakresu finansowania konsumentów oraz dodanie usług wykraczających poza platformę w celu zwiększenia zaangażowania użytkowników programu SMART!.

Grupa zamierza kontynuować sukcesy w zakresie doświadczeń związanych z dostawami poprzez zwiększenie udziału dostaw realizowanych w ciągu jednego dnia/dwóch dni, ze szczególnym uwzględnieniem dostaw realizowanych następnego dnia, dalszy rozwój sieci automatów paczkowych oraz punktów odbioru/doręczeń, rozwój innowacyjnych usług w zakresie dostaw, w tym zwiększenie liczby dostaw realizowanych tego samego dnia oraz wprowadzenie dostaw „ultraszybkich” lub „błyskawicznych”. 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, Grupa dokona również w tym celu odpowiednich inwestycji kapitałowych. Określono dwie główne inicjatywy wymagające inwestycji kapitałowych, mające na celu poprawę doświadczeń w zakresie dostaw, które mają zostać rozszerzone w 2021 r.:

- Komercyjne uruchomienie usługi Allegro Fulfillment. Usługa Allegro Fulfillment będzie wykorzystywana jako dodatkowe narzędzie w wybranych przypadkach, np. dla sprzedawców międzynarodowych i innych wybranych sprzedawców, w celu skrócenia czasu dostawy i zapewnienia dokładności w zakresie przewidywanego czasu dostawy. W nowo utworzonych dedykowanych centrach logistycznych, tzw. Fulfillment Centers, przechowywane będą zapasy Sprzedawców w modelu 3P, a pracownicy Allegro Fulfillment będą odbierać, przechowywać, kompletować i wysyłać te zapasy w imieniu Sprzedawców w zamian za opłaty manipulacyjne. Poprzez prowadzenie placówek Fulfillment Center na szeroką skalę i z wydłużonym czasem przyjęcia towaru do obsługi Allegro Fulfillment ma za zadanie znacząco zwiększyć

wskaźnik GMV dzięki większej liczbie opcji dostawy następnego dnia, włączeniu większej liczby sprzedawców krajowych i szybszym dostawom, a także przyczynić się do wzrostu przychodów netto w wyniku generowania przychodów z opłat pobieranych od sprzedawców za usługi realizacji zamówień oraz obniżenia kosztów dostaw dzięki optymalizacji transportu i zwiększeniu konsolidacji przesyłek. Grupa szacuje, że w piątym roku od uruchomienia usługi Allegro Fulfillment znacząco zwiększy swój bezpośredni udział w przychodach netto, a szczyt nakładów inwestycyjnych przypadnie na lata 2022 i 2023. Otwarcie centrum logistycznego dedykowanego usłudze Allegro Fulfillment planowane jest w 2021 r.

- Inwestycje w rozwój własnej sieci skrytek na przesyłki. 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 zamierza rozpocząć uruchamianie własnej sieci skrytek na przesyłki. Początkowo inwestycja ta umożliwi Grupie wykształcenie pełnego zakresu kompetencji niezbędnych do budowy i integracji takiej sieci oraz zarządzania nią. Ostateczna skala inwestycji i liczba skrytek na przesyłki, które mają zostać zbudowane, nie została jeszcze określona i będzie zależęć od wyników w zakresie poprawy doświadczeń i zwrotu z inwestycji uzyskanych w początkowej fazie pilotażowej. Grupa jest w końcowej fazie negocjacji kontraktu na nabycie 3000 automatów paczkowych i planuje instalację do 1500 jednostek w 2021 r. oraz pozostałych do końca 2022 r.

DALSZA EKSPANSJA W ZAKRESIE REKLAMY I PORÓWNYWANIA CEN

Reklama i porównywarka cen to wysoce dochodowe, uzupełniające i szybko rozwijające się obszary działalności Grupy. 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 w przeciwieństwie do tradycyjnych reklamodawców, zajmujących się reklamą wizualną, ma dobrą pozycję do zdobycia dużego udziału w rynku reklamy cyfrowej dzięki skalowalnym, zautomatyzowanym i opartym na sztucznej inteligencji rozwiązaniom reklamowym wykorzystującym ruch na stronach Grupy i posiadane przez nią dane. Do najważniejszych inicjatyw Grupy w zakresie Allegro Ads należą oferty sponsorowane (w celu zwiększenia penetracji usługi wśród sprzedawców na platformie e-commerce Grupy); wewnętrzne reklamy cyfrowe (w celu zwiększenia GMV na platformie); kampanie oparte na danych lub „DMP” (rozwój narzędzia opartego na danych umożliwiającego prowadzenie precyzyjnie ukierunkowanych kampanii CPM); reklamy zewnętrzne w sieci (dalsza skalowalność integracji Grupy z Google i Facebook Ads w celu zwiększenia ruchu na platformie e-commerce Grupy) oraz inne rozwiązania oparte na treści (w celu samodzielnego tworzenia treści związanych z konkretną marką).

Ceneo.pl jest czołową porównywarką cen w Polsce i jedną z najbardziej popularnych porównywarek w Europie pod względem liczby odwiedzin strony, która odnotowała 30,0% wzrost przychodów w 2020 r. w stosunku roku 2019. Korzyści, jakie Grupa czerpie z funkcjonowania serwisu Ceneo obejmują nie tylko zwiększony ruch kierowany na platformę e-commerce Grupy, ale również wiedzę, którą można wykorzystać do ulepszenia fundamentów sprzedaży detalicznej oraz zwiększony zasięg reklam.

ROSNAĆCE AMBICJE W OBSZARZE FINTECH

Na przestrzeni lat Grupie udało się rozwinąć odnoszącą sukcesy działalność w zakresie usług finansowych w modelu „third-party” (dostawców zewnętrznych), oferując szereg produktów dla kupujących i sprzedawców poprzez zawieranie partnerstw i innych form współpracy z czołowymi podmiotami finansowymi, takimi jak BNP Paribas, mBank, PayPo, PayU, Przelewy24 i PZU. Grupa osiągnęła umiarkowaną penetrację rynku przy minimalnym poziomie dotychczasowych inwestycji. 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.

Zdaniem Grupy integracja usług finansowych z platformą główną stwarza znaczący potencjał w zakresie lepszego wykorzystania możliwości rynkowych w Polsce, których wartość w kredytach konsumenckich i kredytach operacyjnych dla przedsiębiorstw szacuje się na około 300 mld PLN (źródło: OC&C).

Na podstawie analizy możliwości rynkowych Grupa nabyła w styczniu 2020 r. FinAi, spółkę z sektora FinTech, wraz z którą pozyskała zespół ekspertów dysponujących kluczowymi kompetencjami w obszarze FinTech, w tym wiedzą na temat rynku, uczenia maszynowego, sztucznej inteligencji i scoringu kredytowego, a także umiejętnością zarządzania ryzykiem oraz znajomością regulacji i przepisów prawa. Grupa oczekuje, że te kompetencje i umiejętności będą istotnym czynnikiem umożliwiającym dalszy rozwój oferty usług finansowych.

W sierpniu 2020 r. Grupa uruchomiła Allegro Pay, własną ofertę Allegro w obszarze FinTech, której beta-testy w ramach pilotażowej oferty startowej zakończyły się pod koniec 2020 r. 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. Ponadto usługa ta została opracowana na bazie istniejącej platformy Allegro. Reakcja kupujących na ofertę Allegro Pay była bardzo pozytywna – wynik NPS uplasował się na poziomie 85, a koszt ryzyka na podgrupie kupujących objętych beta-testami był stosunkowo niski i wyniósł 2,1%. Oferta Allegro Pay zostanie rozszerzona i udoskonalona w 2021 roku, a w ciągu najbliższego roku ma stać się liderem w branży usług finansowych pod względem wartości udzielonych pożyczek. Grupa oczekuje, że wartość pożyczek udzielonych przez Allegro Pay w 2021 roku osiągnie PLN 1000m, a wartość należności z tytułu udzielonych pożyczek konsumenckich wyniesie przy najmniej PLN 500m na koniec 2021 r. Oprócz Allegro Pay Grupa ma jasno określony plan rozwoju produktów, który w najbliższym czasie będzie koncentrował się na produktach konsumenckich, a z czasem może zostać rozszerzony o rozwiązania w zakresie finansowania sprzedawców, płatności i rozwiązania finansowe B2B oraz ofertę ubezpieczeń.

ROZSZERZENIE PLATFORMY I EKSPANSJA GEOGRAFICZNA

Grupa jest przekonana, że istnieje szereg możliwości wzmocnienia obecnej pozycji biznesowej w pokrewnych obszarach, takich jak B2B oraz sąsiednie segmenty rynku, w których Allegro nie jest obecnie aktywne lub prowadzi działalność na mniejszą skalę, lub poprzez rozwój rozwiązań w ramach łańcucha wartości, takich jak logistyka czy usługi finansowe wspierające kupujących i sprzedawców. Grupa będzie również nadal analizować swoje inicjatywy organiczne i może uzupełniać je o korzystne przejęcia innych podmiotów. Grupa ma na swoim koncie realizację projektów z zakresu fuzji i przejęć mających na celu przejęcia działalności, w tym niedawne nabycia spółek eBilet, FinAi oraz OpenNet.

Ponadto Grupa ma ambicję, aby w perspektywie średnioterminowej rozwijać się również poza granicami Polski. Ekspansja międzynarodowa może być korzystna dla kupujących i sprzedawców zarówno z Polski, jak i z zagranicy. Grupa 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.

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 umożliwi 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.

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.

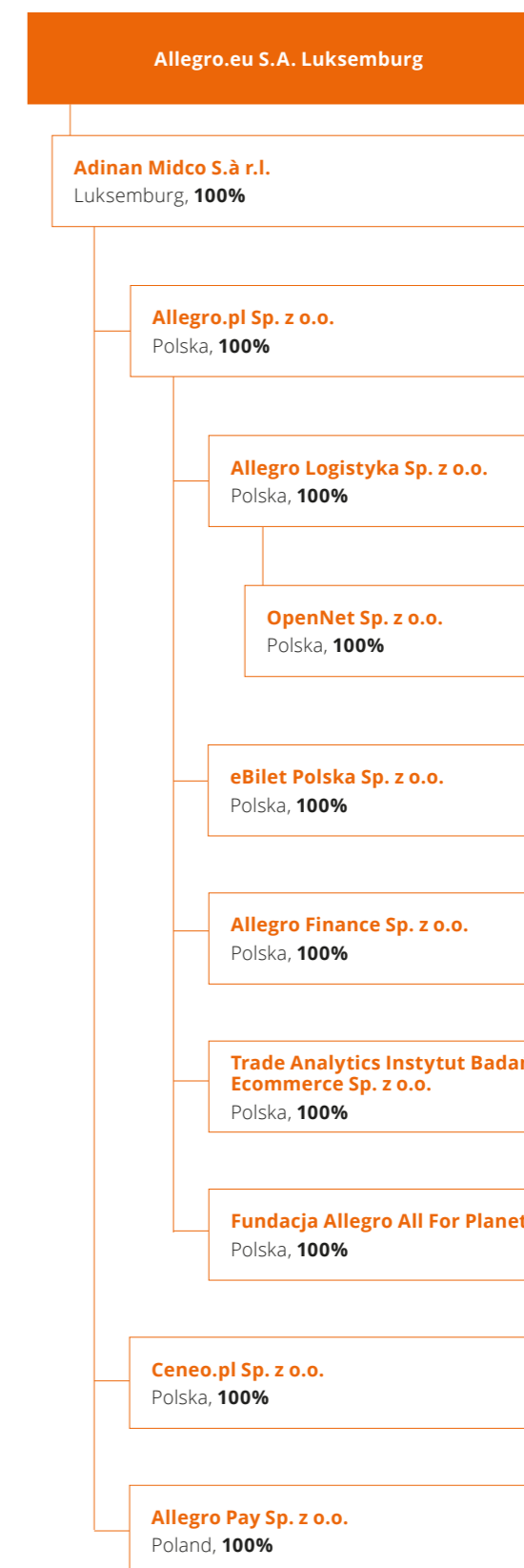
Sprzedaż i marketing

Grupa jest właścicielem silnych marek, takich jak Allegro, Ceneo i eBilet. 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 reklamy graficzną, marketing w wyszukiwarkach, media społecznościowe i kampanie marketingu bezpośredniego.

1.2. Struktura grupy

Na dzień 31 grudnia 2020 roku w skład Grupy wchodziła spółka Allegro.eu, wcześniej Adinan Super Topco (Jednostka dominująca) oraz pośrednia spółka holdingowa Adinan Midco z siedzibą w Luksemburgu, a także spółki prowadzące działalność operacyjną na terenie Polski – Allegro.pl, Ceneo.pl, Trade Analytics Instytut Badań Ecommerce, eBilet Polska, Allegro Finance, Allegro Pay oraz OpenNet – wraz ze swoją nieoperacyjną jednostką nadrzędną, Allegro Logistyka. Każda z polskich spółek operacyjnych oraz ich jednostek zależnych ma siedzibę w Polsce. Dodatkowo Allegro.pl jest właścicielem Fundacji Allegro All For Planet, która nie jest konsolidowana ze względu na nieistotność.

Poniższy schemat przedstawia strukturę Grupy na dzień 31 grudnia 2020 roku.



W 2020 roku Ceneo.pl sprzedało 50% udziałów w spółce Trade Analytics Instytut Badań Ecommerce na rzecz Allegro.pl.

W wyniku połączenia i likwidacji dokonanych w ramach Grupy w dniu 21 grudnia 2020 r. spółki Adinan Topco, Adinan Holdco, Adinan Bondco oraz Adinan Seniorco zostały wchłonięte przez Allegro.eu oraz Adinan Midco.

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

1.3. Kierownictwo

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	55	2020	2026	—	Niewykonawczy Przewodniczący Rady Dyrektorów
François Nuyts	48	2020	2026	—	Dyrektor Wykonawczy
Jonathan Eastick	54	2020	2026	—	Dyrektor Wykonawczy
David Barker	53	2020	2026	—	Cinven
Richard Sanders	49	2020	2026	—	Permira
Paweł Padusiński	43	2020	2026	—	Mid Europa Partners
Nancy Cruickshank	50	2020	2026	—	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy
Carla Smits-Nusteling	54	2020	2026	—	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy
Danielle Arendt-Michels	60	2020	—	12 października 2020 r,	Cinven
Gautier Laurent	37	2020	—	12 października 2020 r,	Cinven
Séverine Michel	43	2020	—	12 października 2020 r,	Permira
Cédric Pedoni	45	2020	—	12 października 2020 r,	Permira
Gilles Willy Duroy	37	2020	—	12 października 2020 r,	Mid Europa Partners

Darren Huston

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

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

François Nuyts

François Nuyts jest Dyrektorem Generalnym (CEO) Grupy. Pan Nuyts dołączył do Grupy jako CEO w sierpniu 2018 r. i został powołany na członka Rady Dyrektorów 1 września 2020 r. Jest również członkiem zarządu Allegro.pl oraz członkiem zarządu Ceneo.pl. Wcześniej pełnił różne funkcje zarządcze w firmie Amazon w Europie Zachodniej (w Anglii, Francji, Hiszpanii i we Włoszech), czym przyczynił się do szybkiego rozwoju firmy. Pan Nuyts ma ponad 20-letnie doświadczenie w zarządzaniu i doradztwie strategicznym, które zdobył m.in. w firmach Accenture i Kellogg.

Pan Nuyts posiada tytuł MBA uzyskany w Babson College MA.

Jonathan Eastick

Jonathan Eastick jest Dyrektorem Finansowym (CFO) Grupy. Pan Eastick dołączył do Grupy jako CFO w lutym 2018 r. i został powołany na członka Rady Dyrektorów 1 września 2020 r. Jest również członkiem zarządu Allegro.pl oraz członkiem zarządu Ceneo.pl. Wcześniej był dyrektorem w Ernst & Young. Pan Eastick posiada ponad 25-letnie doświadczenie w finansach i zarządzaniu, w tym ponad 16-letnie doświadczenie jako dyrektor finansowy w Netii, Polskiej Telefonii Cyfrowej i Lucent Technologies Poland.

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

David Barker

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

Posiada tytuł magistra Uniwersytetu Oksfordzkiego oraz tytuł MBA Uniwersytetu Stanforda.

Paweł Padusiński

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

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

Nancy Cruickshank

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

Pani Cruickshank posiada tytuł licencjata z historii Uniwersytetu w Leeds.

Carla Smits-Nusteling

Carla Smits-Nusteling została powołana na członka Rady Dyrektorów 1 września 2020 r. Pani Smits-Nusteling jest obecnie Przewodniczącą Zarządu Tele2 AB, Dyrektorem Niewykonawczym i Przewodniczącą Audytu w Nokia Corporation, Dyrektorem Niewykonawczym i Przewodniczącą Audytu w ASML i ławnikiem Sądu ds. Przedsiębiorstw Sądu Apelacyjnego w Amsterdamie, a także Członkiem Zarządu Stichting Continuïteit Ahold Delhaize, fundacji prawa holenderskiego utworzonej w celu ochrony interesów Koninklijke Ahold Delhaize N.V. Pani Smits-Nusteling ustąpi z zarządu ASML 29 kwietnia 2021 r., kiedy wygaśnie jej druga kadencja. Wcześniej była dyrektorem finansowym i członkiem zarządu Royal KPN N.V. oraz zajmowała kilka stanowisk związanych z finansami i biznesem w Royal KPN N.V. i PostNL.

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

Danielle Arendt-Michels

Danielle Arendt-Michels została powołana na członka rady menedżerów Spółki w dniu 5 maja 2017 r. jako menedżer klasy A, a jej mandat został przekształcony w mandat dyrektorski klasy A w dniu 27 sierpnia 2020 r. po przekształceniu Allegro.eu w publiczną spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością (société anonyme). Pani Arendt-Michels zrezygnowała z pełnienia funkcji Dyrektora w dniu 12 października 2020 r.

Gautier Laurent

Gautier Laurent został powołany na członka rady menedżerów Spółki w dniu 5 maja 2017 r. jako menedżer klasy A, a jego mandat został przekształcony w mandat dyrektorski klasy A w dniu 27 sierpnia 2020 r. po przekształceniu Allegro.eu w publiczną spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością (société anonyme). Pan Laurent zrezygnował z pełnienia funkcji Dyrektora w dniu 12 października 2020 r.

Séverine Michel

Séverine Michel została powołana na członka rady menedżerów Spółki w dniu 5 maja 2017 r. jako menedżer klasy B, a jej mandat został przekształcony w mandat dyrektorski klasy B w dniu 27 sierpnia 2020 r. po przekształceniu Allegro.eu w publiczną spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością (société anonyme). Pani Michel zrezygnowała z pełnienia funkcji Dyrektora w dniu 12 października 2020 r.

Cédric Pedoni

Cédric Pedoni został powołany na członka rady menedżerów Spółki w dniu 5 maja 2017 r. jako menedżer klasy B, a jego mandat został przekształcony w mandat dyrektorski klasy B w dniu 27 sierpnia 2020 r. po przekształceniu Allegro.eu w publiczną spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością (société anonyme). Pan Pedoni zrezygnował z pełnienia funkcji Dyrektora w dniu 12 października 2020 r.

Gilles Willy Duroy

Gilles Willy Duroy został powołany na członka rady menedżerów Spółki w dniu 17 października 2019 r. jako menedżer klasy B, a jego mandat został przekształcony w mandat dyrektorski klasy B w dniu 27 sierpnia 2020 r. po przekształceniu Allegro.eu w publiczną spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością (société anonyme). Pan Duroy zrezygnował z pełnienia funkcji Dyrektora w dniu 12 października 2020 r.

Członkowie kadry kierowniczej wyższego szczebla

Oprócz kadry kierowniczej zasiadającej w Radzie Dyrektorów Allegro.eu następujący członkowie kadry kierowniczej wyższego szczebla są uważani za istotnych dla stwierdzenia, że Grupa posiada odpowiednią wiedzę do zarządzania swoją działalnością.

Marcin Łachajczyk

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

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

Damian Zapłata

Damian Zapłata jest Dyrektorem Handlowym w Allegro. Pan Zapłata dołączył do Allegro jako Dyrektor Handlowy w grudniu 2017 roku i jest również członkiem zarządu spółki operacyjnej Allegro.pl. Wcześniej Pan Zapłata piastował stanowisko Partnera w firmie McKinsey & Company; był także Dyrektorem Zarządzającym w Loyalty Partners Polska (część American Express Inc.) oraz Dyrektorem Generalnym i Prezesem Zarządu First Data Poland S.A.

Pan Zapłata posiada tytuł magistra ekonomii Uniwersytetu Europejskiego Viadrina oraz tytuł MBA uzyskany w INSEAD.

Piotr Szybiak

Piotr Szybiak jest Dyrektorem ds. Technologii (CTO) w Allegro. Pan Szybiak dołączył do Allegro w 2001 r., a w 2015 r. został powołany na stanowisko CTO. Pan Szybiak jest również członkiem zarządu spółki operacyjnej Allegro.pl. Posiada ponad 20-letnie doświadczenie w zarządzaniu IT i tworzeniu oprogramowania.

Pan Szybiak posiada tytuł magistra inżyniera informatyki uzyskany na Politechnice Poznańskiej oraz tytuł MBA uzyskany w Wyższej Szkole Ekonomii i Biznesu w Poznaniu.

Wojciech Bogdan

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

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



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 zadań Komitetu Audytu należy sprawowanie kontroli finansowej (nadzór nad audytem wewnętrznym i zewnętrznym, monitorowanie sprawozdawczości finansowej) oraz nadzór nad osobami, którym powierzono zarządzanie Grupą (system kontroli wewnętrznej). Obowiązki i zadania komitetu obejmują w szczególności: (i) określanie planu audytu na okres kilku lat oraz zakresu audytów wewnętrznych i zewnętrznych, (ii) omawianie sprawozdań z audytu z audytorami wewnętrznymi i zewnętrznymi, jak również z kierownictwem oraz monitorowanie ich wdrażania, (iii) ocenę wyników pracy audytorów wewnętrznych i zewnętrznych oraz ich współpracy ze sobą nawzajem, a także wspieranie Rady Spółki w powoływaniu audytorów zewnętrznych, którzy mają być zgłaszani do wyboru na zgromadzeniu akcjonariuszy, (iv) kontrolę niezależności działu audytu wewnętrznego od Grupy i jednostek podlegających audytowi, a także zatwierdzanie wytycznych dotyczących pracy działu audytu wewnętrznego, (v) ocenę skonsolidowanego sprawozdania finansowego, ustawowego sprawozdania finansowego i sprawozdania Zarządu z działalności Spółki oraz podejmowanie decyzji w kwestii tego, czy można je rekomendować Radzie Spółki do przedłożenia zgromadzeniu akcjonariuszy oraz (vi) ocenę i dalszy rozwój systemu kontroli wewnętrznej.

W skład Komitetu Audytu wchodzi David Barker, Nancy Cruickshank oraz Carla Smits-Nusteling (która pełni funkcję przewodniczącej Komitetu Audytu).

Komitet Wynagrodzeń i Nominacji

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

W skład Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji wchodzi Nancy Cruickshank, Darren Huston (pełniący funkcję przewodniczącego Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji) oraz Carla Smits-Nusteling.

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
Cidinan S.à r.l.	321 246 322	31,39%	321 246 322	31,39%
Permira VI Investment Platform Limited	321 246 322	31,39%	321 246 322	31,39%
Mepinan S.à r.l.	71 388 074	6,98%	71 388 074	6,98%
Akcje w wolnym obrocie	309 375 096	30,24%	309 375 096	30,24%
Razem	1 023 255 814	100,00%	1 023 255 814	100,00%

Zgodnie z postanowieniami umowy gwarancji emisji Cidinan S.à r.l., Permira VI Investment Platform Limited i Mepinan S.à r.l. podlegają zakazowi sprzedaży akcji przez okres 180 dni, który upływa 11 kwietnia 2021 r., natomiast akcje Kierownictwa (będące w wolnym obrocie) otrzymane w IPO tytułem rozliczenia inwestycji dokonanych w ramach Programu Inwestycyjnego dla Kierownictwa podlegają zakazowi sprzedaży akcji przez okres 360 dni upływający 7 października 2021 r.

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. Regulamin GPW oraz uchwały Zarządu i Rady GPW określają sposób przekazywania przez spółki giełdowe informacji o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego oraz zakres przekazywanych informacji. Jeżeli spółka giełdowa trwale nie stosuje określonej zasady ładu korporacyjnego lub miały miejsce przypadki naruszenia któreś z tych zasad, spółka taka zobowiązana jest poinformować o tym fakcie w raporcie bieżącym.

Poniżej omówiono te z Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW, do których Grupa się nie stosuje.

I.R.2. Jeżeli spółka prowadzi działalność sponsoringową, charytatywną lub inną o zbliżonym charakterze, zamieszcza w rocznym sprawozdaniu z działalności informację na temat prowadzonej polityki w tym zakresie.

Zasada nie jest stosowana.

Komentarz Spółki: Spółka nie może zagwarantować, że powyższa zasada zostanie wdrożona i nie zamierza obecnie wprowadzać polityki sponsoringowej, gdyż działalność sponsoringowa nie ma znaczenia dla działalności Grupy. Nie jest jednak wykluczone, że Spółka wprowadzi i opublikuje taką politykę w przyszłości.

I.Z.1.3. Schemat podziału zadań i odpowiedzialności pomiędzy członków zarządu sporządzony zgodnie z zasadą II.Z.1;

Zasada nie jest stosowana.

Komentarz Spółki: Spółka nie stosuje powyższej zasady, ponieważ dotyczy ona spółek, w których funkcje zarządcze i nadzorcze są powierzone odrębnym organom. Z racji tego, że w skład Rady Spółki wchodzi zarówno dyrektorzy wykonawczy, jak i niewykonawczy, Rada ma trudności z przedstawieniem schematu określającego szczegółowy zakres obowiązków poszczególnych członków Rady. Spółka nie wyklucza, że w przyszłości może podjąć decyzję o stosowaniu się do tej zasady.

I.Z.1.10. Prognozy finansowe – jeżeli spółka podjęła decyzję o ich publikacji – opublikowane w okresie co najmniej ostatnich 5 lat, wraz z informacją o stopniu ich realizacji;

Zasada nie ma zastosowania.

Komentarz Spółki: Spółka nie zamierza publikować prognoz finansowych, w związku z tym zasada ta nie ma zastosowania w odniesieniu do Spółki.

IV.R.2. Jeżeli jest to uzasadnione strukturą akcjonariatu lub zgłaszanymi spółce oczekiwaniami akcjonariuszy, o ile spółka jest w stanie zapewnić infrastrukturę techniczną niezbędną dla sprawnego przeprowadzenia walnego zgromadzenia przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej, spółka powinna umożliwić akcjonariuszom udział w walnym zgromadzeniu przy wykorzystaniu takich środków, w szczególności poprzez:

1. transmisję obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym;
2. dwustronną komunikację w czasie rzeczywistym, w ramach której akcjonariusze mogą wypowiadać się w toku obrad walnego zgromadzenia, przebywając w miejscu innym niż miejsce obrad walnego zgromadzenia;
3. wykonywanie, osobiście lub przez pełnomocnika, prawa głosu w toku walnego zgromadzenia.

Zasada jest stosowana.

Komentarz Spółki: Spółka stosuje tę zasadę częściowo, gdyż ze względu na kwestie techniczne i organizacyjne nie planuje obecnie wdrożenia środków umożliwiających czynny udział akcjonariuszy w walnym zgromadzeniu Spółki poza jej siedzibą w Luksemburgu. Spółka nie wyklucza możliwości wdrożenia takich środków w przyszłości.

IV.R.3. Spółka dąży do tego, aby w sytuacji, gdy papiery wartościowe wyemitowane przez spółkę są przedmiotem obrotu w różnych krajach (lub na różnych rynkach) i w ramach różnych systemów prawnych, realizacja zdarzeń korporacyjnych związanych z nabyciem praw po stronie akcjonariusza następowała w tych samych terminach we wszystkich krajach, w których są one notowane.

Zasada nie ma zastosowania.

Komentarz Spółki: Akcje wyemitowane przez Spółkę są notowane wyłącznie na rynku prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie.

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 latach obrotowych 2017-2019, jak również w bieżącym roku obrotowym 2020, które podlegają obowiązkowi sprawozdawczemu w związku z MSR 24 „Ujawnianie informacji na temat podmiotów powiązanych” zostały przedstawione w Nocie 35 (Transakcje z podmiotami powiązanymi) do Rocznej sprawozdania finansowego.

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

Opłaty za usługi doradcze świadczone przez akcjonariuszy oraz pozostałe opłaty

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

Umowy ramowe o świadczenie usług z Alter Domus

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

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

Umowy o współpracy z RTB House

Allegro.pl pozyskuje usługi retargetingu od RTB House S.A., spółki portfelowej funduszy Cinven (od stycznia 2019 r.), na podstawie Ramowej umowy o współpracy z dnia 31 października 2017 r. z późniejszymi zmianami.

Licencje na oprogramowanie Genesys

Allegro.pl korzysta z różnych elementów oprogramowania na licencji udzielonej przez Genesys Telecommunications Laboratories B.V., spółkę portfelową Permiry. Usługi utrzymania i usługi pokrewne są świadczone przez Whirly sp. z o.o., lokalną firmę informatyczną zajmującą się dystrybucją oprogramowania Genesys.

Inne formy współpracy z podmiotami powiązanymi

Niektórzy obecni lub byli dyrektorzy wykonawczy (lub podmioty pozostające pod ich kontrolą) zawarli umowy, na mocy których zobowiązali się do świadczenia usług doradztwa strategicznego, operacyjnego i finansowego w zamian za miesięczne wynagrodzenie ryczałtowe oraz wynagrodzenie dodatkowe.

Wypłaty dla akcjonariuszy

W wyniku transakcji refinansowania przeprowadzonej w maju 2019 roku Grupa wypłaciła akcjonariuszom dostępną nadwyżkę ze sprzedaży akcji powyżej ich wartości nominalnej w kwocie 2,7 mld PLN. Wyływ środków z tytułu obniżenia kapitału został sfinansowany z wpływów netto z Istniejących Uprzywilejowanych Kredytów Terminowych oraz z dostępnych sald środków pieniężnych pozostających w dyspozycji Grupy.

Możliwości inwestycyjne

Grupa w przeszłości wykorzystywała pewne możliwości inwestycyjne dla Rady Spółki i kluczowych pracowników Grupy.

1.8. Postępowania sądowe

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

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 na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania, Grupa nie ma podstaw by sądzić, że wynik toczących się sporów będzie miał istotny wpływ na Grupę.

Grupa powzięła informację o złożeniu przez Powoda pozwu przeciwko Bola i Allegro.pl do Sądu Okręgowego w Poznaniu z żądaniem stwierdzenia nieważności umów dotyczących zakupu udziałów w spółce eBilet sp. z o.o., które rzekomo zostały zawarte pomiędzy Bola i Allegro.pl. Jednakże do chwili obecnej Allegro.pl nie otrzymało od Sądu Okręgowego w Poznaniu żadnych dokumentów, a Sąd Okręgowy, według najlepszej wiedzy Grupy, nie podjął w tej sprawie żadnych merytorycznych decyzji.

Postępowanie przed Prezesem UOKiK

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

Zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes UOKiK w dniu 6 grudnia 2019 r. wszczął postępowanie antymonopolowe przeciwko Allegro.pl w sprawie rzekomego nadużywania przez Allegro.pl pozycji dominującej na polskim rynku usług pośrednictwa w sprzedaży internetowej między przedsiębiorcami a klientami indywidualnymi poprzez faworyzowanie własnej działalności w zakresie sprzedaży detalicznej 1P na swojej platformie, w szczególności działalności OSA, względem działalności sprzedażowej Sprzedawców 3P działających na platformie. Prezes UOKiK twierdzi, że Allegro.pl faworyzowało sprzedaż detaliczną 1P, dając OSA dostęp do informacji, funkcjonalności i promocji niedostępnych dla Sprzedawców 3P. Postępowanie poprzedzone było etapem wstępnego postępowania wyjaśniającego, które Prezes UOKiK wszczął w czerwcu 2017 r.

Allegro.pl rozpoczęło sprzedaż detaliczną 1P na swojej platformie e-commerce we wrześniu 2015 r. po okresie testowym, który trwał od maja do sierpnia 2015 r.

W dniu 31 stycznia 2020 r., w odpowiedzi na wszczęcie postępowania antymonopolowego, Allegro.pl przedstawiło Prezesowi UOKiK dowody i argumenty wskazujące, że nie posiada pozycji dominującej oraz że nie faworyzowało sprzedaży detalicznej 1P z wielu powodów, w szczególności: (i) nie faworyzowało OSA w wynikach wyszukiwania; (ii) nowe funkcjonalności na platformie (które w niektórych przypadkach były

dostępne wyłącznie dla OSA) były testowane przez OSA przed udostępnieniem ich innym użytkownikom (w przypadku pozytywnych wyników testów) lub rezygnacją z nich (w przypadku braku pozytywnych wyników); oraz (iii) Allegro.pl promowało OSA w ograniczonym zakresie, niezbędnym do wzbudzenia zainteresowania wśród kupujących lub wypełnienia luk na platformie. W dniu 16 kwietnia 2020 roku Allegro.pl przekazało Prezesowi UOKiK dodatkowe analizy ekonomiczne, w tym raport ekonomiczny przygotowany przez zewnętrznych ekonomistów antymonopolowych, który potwierdza powyższe argumenty. W raporcie ekonomicznym zwrócono również uwagę na fakt, że OSA przyniosło korzyści Sprzedawcom 3P i zwiększyło atrakcyjność platformy, co w rezultacie ma pozytywny wpływ na konkurencję. Grupa uważa, że Allegro.pl zaprzestało większości krytykowanych przez Prezesa UOKiK działań do końca 2017 roku, a wszystkich takich działań – do końca 2019 roku.

W sierpniu 2020 roku Prezes UOKiK zażądał od Allegro.pl dokumentów z lat 2015-2017 dotyczących: pytań i skarg wysyłanych przez Sprzedawców 3P związanych z OSA; algorytmu wyszukiwania i dostępu do danych gromadzonych przez Allegro.pl; dokumentów Allegro.pl dotyczących różnych aspektów działalności OSA i działań Allegro.pl wobec OSA; oraz celów sprzedażowych pracowników Allegro.pl. Prezes UOKiK zwrócił się również o informacje na temat supermarketów i hipermarketów, które były aktywnymi sprzedawcami na platformie w 2019 i 2020 roku. Allegro.pl spodziewa się kolejnych wniosków o udzielenie informacji od Prezesa UOKiK w przyszłości. Postępowanie takie trwa zazwyczaj od roku do trzech lat. Allegro.pl w pełni współpracuje z Prezesem UOKiK, nie tylko odpowiadając na pytania, ale także aktywnie przedstawiając odpowiednie materiały dowodowe.

Jeżeli Prezes UOKiK zaakceptuje odpowiedzi udzielone przez Allegro.pl, postępowanie zostanie zakończone. Jeśli Prezes UOKiK zdecyduje się na kontynuowanie sprawy, musi wystosować „szczegółowe uzasadnienie zarzutów”, a Allegro.pl będzie miało prawo się do nich ustosunkować. Jeśli Prezes UOKiK uzna, że Allegro.pl ma pozycję dominującą oraz że jej nadużywa, wyda decyzję o naruszeniu przepisów. Może także (choć nie musi) nałożyć karę pieniężną. Prezes UOKiK może również nakazać usunięcie skutków naruszenia.

W precedensowych sprawach ustalających nowe teorie szkody (do których, zdaniem Allegro.pl, należałoby zaliczyć zarzucane w omawianym postępowaniu antymonopolowym „faworyzowanie własnych produktów lub usług”) z reguły oczekuje się odstąpienia przez organ antymonopolowy od nakładania kar pieniężnych. Jeśli miałyby zostać nałożona kara, to zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów mogłaby ona wynieść nawet 10% obrotów Allegro.pl za rok obrotowy poprzedzający wydanie decyzji. Kary pieniężne nakładane w przeszłości w sprawach dotyczących nadużywania pozycji dominującej przez duże polskie spółki o najwyższych obrotach wynosiły na ogół od 0,01% do 1,1% rocznych obrotów danej spółki.

Grupa spodziewa się, że w przypadku wydania przez Prezesa UOKiK decyzji nakładającej obowiązek zapłaty kary pieniężnej decyzja taka nie będzie podlegała natychmiastowemu wykonaniu. Ostateczna decyzja Prezesa UOKiK stałaby się wykonalna dopiero po zakończeniu dwóch rund postępowania odwoławczego przed właściwymi sądami. W przeszłości podobne postępowania trwały zazwyczaj od dwóch do pięciu lat od daty wydania decyzji. Na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania nie jest możliwe oszacowanie prawdopodobieństwa ostatecznej decyzji Prezesa UOKiK o nałożeniu kary na Allegro.pl, prawdopodobieństwa utrzymania takiej kary wobec Allegro.pl w mocy przez właściwe sądy ani skali narażenia, w związku z czym Grupa nie utworzyła żadnej rezerwy z tego tytułu

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

W dniu 15 września 2020 roku Grupa otrzymała formalne zawiadomienie, że na podstawie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes UOKiK wszczął w dniu 9 września 2020 roku postępowanie przeciwko Allegro.pl w sprawie zbadania, czy stosowane przez Allegro.pl klauzule umożliwiające zmianę regulaminu (w tym klauzule zawarte w regulaminie ogólnym oraz w regulaminie programu SMART!)

stanowią klauzule abuzywne w stosunku do konsumentów. W dniu 15 września 2020 roku do Allegro.pl wpłynął również wniosek o udzielenie informacji w zakresie tego postępowania. W listopadzie 2020 roku Allegro.pl przedstawiło Prezesowi UOKiK argumenty przemawiające za tym, że wspomniane klauzule nie mają charakteru abuzywnego oraz zaproponowało projekty zobowiązań. W lutym 2021 r. do Allegro.pl wpłynął nowy wniosek o udzielenie informacji w zakresie tego postępowania. Allegro.pl spodziewa się kolejnych wniosków o udzielenie informacji od Prezesa UOKiK w przyszłości.

W przypadku uznania przez Prezesa UOKiK któreś z klauzul za abuzywną można oczekiwać wydania decyzji zakazującej stosowania takiej klauzuli w regulaminie Allegro.pl oraz ewentualnej kary pieniężnej. Prezes UOKiK może również zażądać od Grupy usunięcia skutków naruszenia. Jeśli miałyby zostać nałożona kara, to zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów mogłaby ona wynieść nawet 10% obrotów Allegro.pl za rok obrotowy poprzedzający wydanie decyzji za każdą z klauzul uznanych za abuzywne. We wcześniejszych postępowaniach dotyczących dużych polskich spółek o najwyższych obrotach, w których stwierdzono stosowanie w regulaminach tych spółek klauzul abuzywnych, kary pieniężne z reguły nie przekraczały 1% rocznych obrotów danej spółki za każdą klauzulę abuzywną. Jeżeli w toku postępowania wyjaśniającego Allegro.pl zaproponuje podjęcie stosownych zobowiązań do usunięcia zarzucanego naruszenia, w szczególności poprzez zmianę klauzul będących przedmiotem postępowania lub usunięcia skutków zarzucanego naruszenia, sprawa może zakończyć się zawarciem z Prezesem UOKiK porozumienia w sprawie podjęcia zobowiązań i odstąpieniem od nałożenia kary pieniężnej.

Grupa spodziewa się, że w przypadku wydania przez Prezesa UOKiK decyzji nakładającej karę pieniężną decyzja taka nie będzie podlegała natychmiastowemu wykonaniu. Ostateczna decyzja Prezesa UOKiK stałaby się wykonalna dopiero po zakończeniu dwóch rund postępowania odwoławczego przed właściwymi sądami. W przeszłości podobne postępowania prowadzone przeciwko innym polskim spółkom trwały zazwyczaj od dwóch do pięciu lat od daty wydania decyzji. Na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania nie jest możliwe oszacowanie prawdopodobieństwa ostatecznej decyzji Prezesa

UOKiK o nałożeniu kary na Allegro.pl, prawdopodobieństwa utrzymania takiej kary wobec Allegro.pl w mocy przez właściwe sądy ani skali narażenia, w związku z czym Grupa nie utworzyła żadnej rezerwy z tego tytułu.

POSTĘPOWANIE WYJAŚNIAJĄCE DOTYCZĄCE WSPÓŁPRACY ALLEGRO.PL ZE SPRZEDAWCAMI

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

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

pl zaproponuje podjęcie stosownych zobowiązań do usunięcia zarzucanego naruszenia i/lub jego skutków, sprawa może zakończyć się zawarciem z Prezesem UOKiK porozumienia w sprawie podjęcia zobowiązań i odstąpieniem od nałożenia kary pieniężnej.

POSTĘPOWANIE WYJAŚNIAJĄCE W SPRAWIE STOSOWANEJ PRZEZ EBILET PROCEDURY ZWROTU BILETÓW W TRAKCIE PANDEMII COVID-19

W dniu 22 lutego 2021 r. Grupa otrzymała formalne zawiadomienie o wszczęciu przez Prezesa UOKiK postępowania wyjaśniającego w sprawie ustalenia, czy spółka eBilet naruszyła zbiorowe interesy konsumentów. W tym samym dokumencie Prezes UOKiK skierował do spółki eBilet pytania dotyczące zasad zwrotu biletów w czasie trwania pandemii COVID-19, w szczególności propozycji przekazania voucherów zamiast zwrotu gotówki.

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

NIEFORMALNE WNIOSKI O UDZIELENIE INFORMACJI KIEROWANE PRZEZ PREZESA UOKiK

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

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

Wnioski kierowane w ostatnim okresie przez Prezesa UOKiK do Allegro.pl dotyczyły (i) przyczyn zmian w regulaminie Allegro.pl oraz informowania klientów o tych zmianach i ich automatycznej akceptacji, (ii) polityki zwrotu prowizji Allegro.pl oraz (iii) automatycznego odnawiania ofert wyróżnionych w wynikach wyszukiwania.

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

ODWOŁANIE OD DECYZJI PREZESA UOKiK W SPRAWIE ZARZUCANEGO ALLEGRO.PL BRAKU ZAMIESZCZENIA W REGULAMINIE SZCZEGÓŁOWEGO OPISU ZASAD BLOKADY KONTA (KONT) KUPUJĄCEGO W SYTUACJI, GDY SPRZEDAJĄCY UBIEGA SIĘ O ZWROT PROWIZJI Z WINY KUPUJĄCEGO

W dniu 9 lutego 2016 roku Prezes UOKiK wydał decyzję nr DDK 1/2016, w której stwierdził, że Allegro.pl naruszyło zbiorowe interesy konsumentów poprzez niezamieszczenie w regulaminie szczegółowego opisu zasad blokady konta (kont) kupującego w sytuacji, gdy sprzedający ubiega się o zwrot prowizji z winy kupującego Prezes UOKiK nie nałożył jednak na Allegro.pl żadnej kary pieniężnej z tytułu tego naruszenia.

Allegro.pl odwołało się od decyzji Prezesa UOKiK do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, a następnie do Sądu Apelacyjnego. Apelacja jest w toku. Allegro.pl nie blokuje już konta (kont) kupującego, gdy sprzedający wnioskują o zwrot prowizji z winy kupującego.

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 uczestniczą w realizacji zadań z zakresu zarządzania ryzykiem i kontroli wewnętrznej. System zarządzania ryzykiem został zaprojektowany w sposób umożliwiający identyfikację, pomiar, monitorowanie tych rodzajów ryzyka, które mogą mieć wpływ na realizację naszych celów strategicznych, operacyjnych, finansowych, sprawozdawczych i 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:

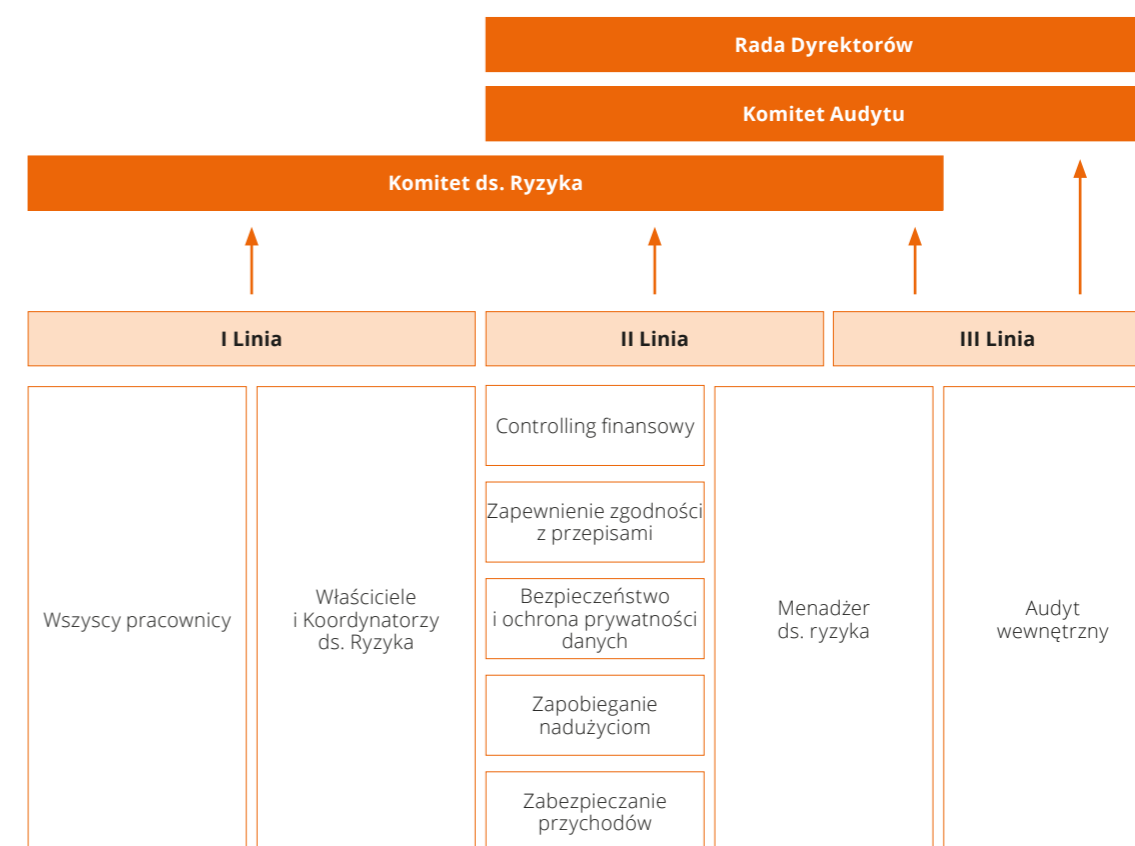
- minimalizowanie ryzyka mającego wpływ na osiągnięcie celów i realizację zadań;
- wykorzystywanie w pełni możliwości biznesowych oraz ograniczanie ryzyka utraty możliwości;
- poprawa efektywności procesów wewnętrznych poprzez opieranie się na istniejącym ładzie korporacyjnym i jego ciągłe ulepszanie;
- 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:

- Rada Dyrektorów,
- Komitet Audytu,
- Komitet ds. Ryzyka,
- Menadżer ds. Ryzyka,
- Właściciel Ryzyka,
- Koordynator ds. Ryzyka,
- Pracownik.

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



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 wysokie (5)
	Wpływ					

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

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

Poziom ryzyka	Ocena ryzyka	Reakcja w ramach zarządzania ryzykiem
Bardzo wysokie	16 – 25	Ryzyko zaklasyfikowane do tej grupy może mieć bardzo duży lub duży wpływ na osiągnięcie celów biznesowych Grupy. Te rodzaje ryzyka charakteryzują się wysokim i bardzo wysokim prawdopodobieństwem wystąpienia. Uwzględniane są one w rocznych planach audytu wewnętrznego, aby uzyskać niezależne potwierdzenie, że ryzyko zostało prawidłowo ocenione przez właścicieli ryzyka, a mechanizmy kontroli wewnętrznej funkcjonują zgodnie z oczekiwaniami. W odniesieniu do rodzajów ryzyka przypisanych do tej grupy wymagane jest opracowanie planu zapewnienia ciągłości działania oraz planu ograniczania ryzyka. Rodzaje ryzyka przypisane do tej grupy podlegają ocenie w cyklu miesięcznym.
Wysokie	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. Rodzaje ryzyka przypisane do tej grupy podlegają ocenie w cyklu kwartalnym.
Średnie	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. Rodzaje ryzyka przypisane do tej grupy podlegają ocenie w cyklu półrocznym. Nie dotyczy to rodzajów ryzyka, których wpływ oceniono na 5, tj. tych, których poziom jest automatycznie uznawany za „wysoki”.
Niskie	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. Rodzaje ryzyka przypisane do tej grupy podlegają ocenie w cyklu rocznym.

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

2.2. Czynniki ryzyka

Ryzyka związane z działalnością Grupy i jej branżą

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

Polski sektor handlu detalicznego, w tym segment e-commerce, jest rozdrobniony i charakteryzuje się silną konkurencją. Grupa konkuruje ze zróżnicowaną grupą firm detalicznych działających stacjonarnie oraz za pośrednictwem wielu kanałów dystrybucji, takich jak RTV Euro AGD, Biedronka, Empik, SMYK, LPP, firm z sektora e-commerce, takich jak Alibaba, Amazon i eBay, które oferują szeroką gamę kategorii produktowych, oraz specjalistycznych firm z sektora e-commerce, takich jak Zalando, eobuwie.pl i Opono. 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 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, realizację zamówień i marketing niż Grupa. Wielonarodowe firmy konkurencyjne z sektora handlu elektronicznego, które do tej pory nie wdrożyły w Polsce wysokonakładowych modeli biznesowych, jakie stosują w innych krajach, mogą zdecydować się na taki krok w przyszłości, wykorzystując istniejącą już w Polsce lub w innych krajach Europy infrastrukturę dostawczą i logistycz-

ną w celu skrócenia czasu realizacji dostaw. Wspomniane wielonarodowe firmy konkurencyjne mogą również podjąć decyzję o wprowadzeniu programów lojalnościowych i programów bezpłatnych dostaw podobnych do programów oferowanych obecnie przez Grupę oraz mogą zintensyfikować działania mające na celu zachęcenie sprzedawców Grupy do wystawiania produktów na ich platformach. Na reputację Grupy, jej markę i działalność mogą negatywnie wpłynąć agresywne strategie marketingowe i komunikacyjne konkurentów. Mogą pojawić się nowe firmy wchodzące na rynek, a niektórzy z obecnych mniejszych konkurentów Grupy mogą zostać przejęci przez dobrze ugruntowane i dysponujące odpowiednimi środkami finansowymi spółki lub inwestorów, którzy wzmocnią ich pozycję konkurencyjną, a także mogą być przedmiotem inwestycji ze strony tych spółek lub inwestorów lub nawiązać z nimi strategiczne relacje.

Ponadto nowe i zaawansowane technologie, w tym usługi obliczeniowe dotyczące wyszukiwania, sieci i infrastruktury, treści cyfrowe i urządzenia elektroniczne stale wzmagają konkurencję, na jaką narażona jest Grupa. Internet ułatwia wejście na rynek konkurencji i dokonywanie zakupów z wykorzystaniem porównywarek, co zwiększa zdolność 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 liczbę regularnych zakupów dokonywanych przez kupujących;
- 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 kupującym 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 stawek prowizyjnych Grupy;
- tego, czy Grupa prowadzi skuteczne i efektywne kosztowo działania reklamowe i marketingowe w celu pozyskania nowych kupujących i sprzedawców;
- odpowiednio szybkiego rozwoju nowych i istniejących technologii oraz zarządzania nimi;
- tego, czy działalność Grupy w zakresie realizacji zamówień, w tym dystrybucji, płatności i obsługi klienta, jest efektywna, niezawodna i zapewnia satysfakcjonującą jakość usług;
- ram prawnych dotyczących sektora e-commerce i powiązanych przepisów regulujących odpowiedzialność, obowiązki i nadzór nad Grupą; oraz
- tego, czy Grupa będzie w stanie zaoferować odpowiednie metody płatności wszystkim kupującym i sprzedawcom.

Każde niepowodzenie w podejmowaniu właściwych działań w odniesieniu do tych czynników oraz w skutecznym konkurowaniu z obecnymi lub przyszłymi firmami konkurencyjnymi może mieć negatywny wpływ na zdolność Grupy do pozyskiwania i utrzymania kupujących 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.

FIRMA AMAZON INC. OGŁOSIŁA NIEDAWNO ZAMIAR ZINTENSYFIKOWANIA SWOJEJ DZIAŁALNOŚCI, STANOWIĄCEJ BEZPOŚREDNIĄ KONKURENCJĘ DLA ALLEGRO W SEGMENTIE E-COMMERCE W POLSCE, CO MOŻE DOPROWADZIĆ DO ISTOTNEJ ZMIANY NASZYCH PRZYSZŁYCH WYNIKÓW FINANSOWYCH W ZAKRESIE WZROSTU, MARŻ I PRZEPIŁYWÓW PIENIĘŻNYCH

W dniu 26 stycznia 2021 r. firma Amazon Inc. („Amazon”) zapowiedziała uruchomienie serwisu Amazon.pl i zaprosiła sprzedawców do zarejestrowania się na specjalnej platformie centralnej przeznaczonej dla sprzedawców. Również w styczniu firma Amazon poinformowała o podpisaniu pięcioletniej umowy z InPost na świadczenie usług dostawy do sieci automatów paczkowych InPost (zwanymi również „paczkomatami”).

W momencie finalizacji niniejszego raportu firma Amazon Inc. uruchomiła swój serwis Amazon.pl wieczorem, 1 marca 2021 r.

Od 2016 roku firma Amazon obsługuje polski segment e-commerce, konkurując z Allegro za pośrednictwem swojego niemieckiego serwisu Amazon.de tłumaczonego na język polski. Polscy konsumenci mają dostęp do ofert sprzedawców z Europy dostępnej za pośrednictwem Amazon.de. Mogą oni przeglądać te oferty w języku polskim, dokonywać płatności za pomocą rozwiązań płatniczych w złotych polskich oraz kontaktować się z polskojęzycznym działem obsługi klienta. Ponadto sieć centrów realizacji zamówień prowadzonych przez Amazon w Polsce, głównie w celu obsługi niemieckiego segmentu e-commerce, umożliwi dostarczenie znacznej części asortymentu sprzedawanego na Amazon.de w ciągu jednego lub dwóch dni roboczych. Konkurencja ze strony Amazon jest elementem wysoce konkurencyjnego środowiska segmentu e-commerce, w którym Grupa z powodzeniem zwiększa poziom wskaźnika GMV, zysków i przepływów pieniężnych na przestrzeni ostatnich kilku lat. W tym kontekście Grupa postrzega niedawne zapowiedzi firmy Amazon jako wyraźny sygnał wskazujący na zaostrzenie konkurencji w nadchodzących miesiącach i latach.

Nie ma możliwości dokładnego oszacowania przez Grupę potencjalnego wpływu wzmożonej konkurencji ze strony Amazon na jej wyniki finansowe i operacyjne. Podobnie jak w przypadku każdego innego podmiotu konkurencyjnego poziom inwestycji w pozyskiwanie klientów i zwiększanie sprzedaży, wraz z wybraną przez niego strukturą marketingową, będzie miał pośredni wpływ na wyniki osiągnięte przez Grupę. Ponadto nadal nie są znane plany firmy Amazon odnośnie do usługi Prime oraz jej ceny. Mimo że wskaźniki prowizji i opłat publikowane dla polskich usług platform handlowych są zazwyczaj wyższe niż te dotyczące opłat pobieranych przez Allegro, Amazon może stosować zachęty, które zmniejszą tę różnicę w stosunku do cen stosowanych przez Grupę.

Grupa jest przekonana, że dzięki realizowanej od kilku lat strategii rozwoju jest dobrze przygotowana do stawienia czoła zaostrzającej się konkurencji ze strony firmy Amazon. Przy opracowywaniu budżetów i określaniu oczekiwań co do wyników finansowych

Grupy na rok 2021 i kolejne lata Grupa kierowała się własnym osądem, przyjmując racjonalne założenia dotyczące nasilenia konkurencji ze strony firmy Amazon i wpływu, jaki będzie to miało na jej wyniki i działalność. Grupa może jednak popełnić błąd w swoich założeniach przyjętych na etapie planowania, a wpływ wzmożonej konkurencji ze strony firmy Amazon 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 INWESTYCIOM MAJĄCYM NA CELU ZWIĘKSZENIE ŚWIADOMOŚCI MARKI, A NIEKORZYSTNE INFORMACJE ZWROTNE OD SPRZEDAWCÓW LUB KUPUJĄCYCH 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 około 72% ruchu na jej stronach internetowych w ciągu pierwszych sześciu miesięcy 2020 roku zostało wygenerowane przez konsumentów bezpośrednio wpisujących w wyszukiwarkę strony Allegro lub pochodzących z kanałów związanych z zarządzaniem relacjami z klientami, mediami społecznościowymi lub optymalizacją pod kątem wyszukiwarek. Dlatego zdaniem Grupy utrzymanie i wzmacnianie marki Allegro ma kluczowe znaczenie dla jej zdolności do poszerzania i utrzymywania bazy kupujących, sprzedawców i marek.

Grupa zainwestowała znaczne kwoty ze swoich przychodów w zwiększanie świadomości marki, pozyskiwanie użytkowników oraz podnoszenie lojalności kupujących i sprzedawców, a także przewiduje, że w przyszłości będzie nadal przeznaczać znaczne kwoty na pozyskiwanie nowych i utrzymywanie dotychczasowych kupujących 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 kupujących i sprzedawców oraz zachęcenia do dokonywania ponownych zakupów w celu zwiększenia przychodów oraz utrzymania świadomości i rozpoznawalności marki.

Wydatki te obejmują znaczące nakłady na marketing tradycyjny, w szczególności na reklamę telewizyjną, oraz na marketing internetowy, taki jak płatny marketing w wyszukiwarkach internetowych lub programy partnerskie, w ramach których Grupa płaci podmiotom zewnętrznym za kierowanie użytkowników z ich stron internetowych na strony internetowe Grupy. Decyzje Grupy dotyczące inwestycji w pozyskiwanie użytkowników podejmowane są w oparciu o analizę wkładu w zysk generowanego przez kupujących 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 kupujących 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 lub warunkach świadczenia usług mogą spowodować wykluczenie stron internetowych Grupy z wyników wyszukiwania lub obniżenie ich pozycji w tych wynikach.

Pogorszenie publicznego wizerunku lub reputacji Grupy w wyniku negatywnych opinii może mieć niekorzystny wpływ na jej markę. Przypadki wycofania produktów z rynku, roszczenia z tytułu odpowiedzialności za produkt, naruszenia zasad społecznej odpowiedzialności biznesu, obecność podrobionych towarów naruszających warunki określone przez Grupę lub inne nieuczciwe działania na platformie

e-commerce Grupy, które nie zostaną wykryte przez jej technologię przeciwdziałania oszustwom, mogą znacząco zaszkodzić reputacji i działalności Grupy. Skargi użytkowników lub negatywne opinie na temat stron internetowych Grupy, produktów, terminów dostaw, procesów zwrotów, warunków pracy jej pracowników (lub pracowników jej podwykonawców lub dostawców), przetwarzania danych użytkowników i praktyk w zakresie bezpieczeństwa lub obsługi klienta, w tym na platformach internetowych, takich jak blogi, rankingi internetowe, serwisy recenzenckie i portale społecznościowe, mogą mieć istotny negatywny wpływ na reputację Grupy i popularność jej stron internetowych.

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

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

Grupa jest uzależniona zarówno od stałego rozwoju i wzrostu polskiego rynku handlu detalicznego, w tym handlu internetowego i segmentu e-commerce, na którym obecnie prowadzi działalność, jak i od rozwoju i wzrostu analogicznych rynków i segmentów w innych regionach geograficznych, na które może starać się wejść w przyszłości. Zgodnie z prognozami OC&C z drugiego kwartału 2020 r. polski rynek handlu detalicznego będzie rósł w tempie 3% CAGR z szacowanych 621 mld PLN w 2019 r. do 724 mld PLN w 2024 r., a rynek handlu internetowego w Polsce, który nadal pozostaje niedostatecznie spenetrowany w porównaniu z rynkami w innych krajach, będzie rósł w tempie 18% CAGR z 52 mld PLN w 2019 r. do 118 mld PLN w 2024 r. Perspektywy krótko – i średnioterminowe Grupy opierają się na przekonaniu, że jest ona w stanie osiągnąć rzeczywisty wzrost na poziomie przekraczającym te prognozy. Nie ma jednak pewności, że polski rynek handlu detalicznego i internetowego w Polsce będzie rósł w tempie przewidywanym przez OC&C,

w tempie, które Grupa uważa za możliwe lub że osiągnie jakikolwiek wzrost. Spowolnienie wzrostu, stagnacja lub kurczenie się rynku i segmentu, na którym Grupa prowadzi działalność w Polsce lub na obszarach geograficznych, na których może prowadzić działalność w przyszłości, może mieć istotny niekorzystny wpływ na jej działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne.

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

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

Chociaż środki związane z lockdownem wprowadzonym przez polski rząd w następstwie wybuchu pandemii COVID-19 przyczyniły się do wzrostu popytu w segmencie e-commerce, przedłużające się spowolnienie gospodarcze w Polsce wynikające z trwającej pandemii COVID-19 lub innych przyczyn mogłoby mieć niekorzystny wpływ na działalność Grupy. Ze względu na niepewność co do tempa wprowadzania szczepionek w całej UE i w Polsce oraz pewne wątpliwości co do tego, czy szczepionki te okażą się skuteczne względem wszystkich pojawiających się szczepów wirusa, nie można przewidzieć, kiedy nastąpi ostateczne zniesienie lockdownów mających wpływ na sektor handlu detalicznego, ani oszacować, jak poważne będą łączne szkody dla gospodarki, zanim nastąpi ożywienie koniunktury.

Stopień i tempo ożywienia gospodarczego po przejściu pandemii COVID-19 nie są w pełni znane. Wyższe bezrobocie, niższy dochód rozporządzalny i spadek konsumpcji, a także wahania na rynkach finansowych (w tym na rynku walutowym) mogą, jeżeli nastąpią, mieć istotny niekorzystny wpływ na sytuację finansową kupujących i sprzedawców Grupy. Niekorzystny rozwój sytuacji gospodarczej może 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. Istnieje również ryzyko podwyższenia podatków lub składek na ubezpieczenie społeczne bądź też nałożenia nowych paropodatków (instrumentów o charakterze podatkowym) w celu rozwiązania problemu wysokości długu publicznego, który w ostatnim czasie znacznie wzrósł w wyniku wybuchu pandemii COVID-19. Podwyżki podatków, składek na ubezpieczenie społeczne lub wprowadzenie nowych paropodatków mogą prowadzić do wzrostu cen produktów sprzedawanych na platformie e-commerce Grupy lub cen usług nabywanych przez Grupę, a także do zmniejszenia dochodów kupujących, które mogą być przeznaczone na wydatki uznaniowe, co może również osłabić popyt na produkty oferowane na platformie Grupy.

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

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

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

Grupa uważa, że jej sukces jako spółki działającej na rynku handlu detalicznego zależy od zapewnienia konsumentom szerokiego wyboru produktów od różnych sprzedawców po konkurencyjnych cenach. Jeżeli Grupie nie uda się pozyskać sprzedawców oferujących produkty i marki, na które istnieje zapotrzebowanie wśród jej kupujących, jeżeli Grupa nie będzie w stanie prezentować takich produktów na swojej witrynie internetowej w sposób skuteczny i po konkurencyjnych cenach lub jeżeli kupujący i sprzedawcy uznają stosowane przez Grupę procedury dostawy, zwrotu towarów i/lub płatności za zbyt uciążliwe, Grupa może nie być w stanie pozyskać nowych kupujących i sprzedawców, może utracić dotychczasowych kupujących i sprzedawców lub może być narażona na zmniejszenie wolumenu zakupów na swoich stronach internetowych. Jeżeli Grupa lub użytkownicy zewnętrzni nie będą podawać dokładnych informacji na swoich platformach, takich jak informacje o produktach na platformie e-commerce Grupy lub informacje porównawcze dotyczące cen na Ceneo.pl, może ona utracić zaufanie konsumentów i otrzymywać większą liczbę reklamacji, co może mieć istotny niekorzystny wpływ na jej działalność i funkcjonowanie. Każde z powyższych zdarzeń może mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

PRZERWY W DZIAŁANIU SYSTEMU, W WYNIKU KTÓRYCH PLATFORMA GRUPY STAJE SIĘ NIEDOSTĘPNA, SPOWODOWANE AWARIAMI TECHNICZNYMI, AWARIAMI PO STRONIE DOSTAWCÓW ZEWNĘTRZNYCH, CELOWYMI ATAKAMI LUB ZDARZENIAMI NIEZAMIERZONYMI MOGĄ SKUTKOWAĆ SPADKIEM WOLUMENU TRANSAKЦИИ, UTRATĄ DANYCH OSOBOWYCH LUB MOGĄ W INNY SPOSÓB ZASZKODZIĆ REPUTACJI GRUPY.

Grupa dokonała i przewiduje, że nadal będzie dokonywać znaczących inwestycji w centra danych i sprzęt oraz związaną z nimi infrastrukturę sieciową w celu obsługi ruchu na stronach internetowych Grupy i wdrożonych systemów, aby zapewnić jakość i dostępność wszystkich procesów obsługiwanych za pomocą technologii informatycznych. Ponadto Grupa inwestuje i zamierza nadal inwestować w bezpieczeństwo swojej platformy i obszaru back-office. Nie można jednak zagwarantować, że systemy informatyczne Grupy poradzą sobie z niespodziewanym wzrostem ruchu na stronach internetowych Grupy. Ponadto eksploatacja tych systemów jest kosztowna i skomplikowana, a jakiegokolwiek zakłócenia w ich działaniu mogą spowodować awarie operacyjne. Jeżeli baza użytkowników Grupy lub natężenie ruchu na jej stronach internetowych wzrośnie szybciej niż przewidywano, Grupa może być zmuszona do poniesienia istotnych dodatkowych kosztów w celu rozbudowy podstawowej infrastruktury sieciowej, aby zapobiec wystąpieniu awarii operacyjnych. Niedostateczna wydajność systemów informatycznych Grupy, spowodowana awarią systemu, niedostępnością centrów danych, atakami typu distributed denial-of-service, wirusami komputerowymi, włamaniami fizycznymi lub elektronicznymi, niewykrytymi błędami, wadami projektowymi, sabotażem, błędami ludzkimi lub innymi nieprzewidzianymi zdarzeniami lub przyczynami, może wpłynąć na bezpieczeństwo lub dostępność stron internetowych Grupy, uniemożliwić użytkownikom dostęp do stron internetowych Grupy oraz spowodować ograniczenie przepustowości, zmniejszenie popytu, opóźnienia w przetwarzaniu danych i utratę przychodów z tytułu dokonywanych transakcji.

Grupa jest administratorem stron internetowych, sieci i innych systemów danych, za pośrednictwem których gromadzi, utrzymuje, przekazuje i przechowuje informacje o swoich kupujących, sprzedawcach

i innych osobach, w tym informacje dotyczące kart kredytowych i dane osobowe, jak również inne informacje poufne i zastrzeżone. Grupa korzysta również z usług dostawców zewnętrznych, którzy w jej imieniu przechowują, przetwarzają i przekazują zastrzeżone, osobiste i poufne informacje. Ponadto Grupa korzysta z technologii szyfrowania i uwierzytelniania na podstawie licencji udzielonej przez podmioty trzecie w celu bezpiecznego przekazywania informacji poufnych i wrażliwych, w tym danych dotyczących kart kredytowych i danych osobowych. Mimo że Grupa podejmuje działania mające na celu ochronę bezpieczeństwa, integralności i poufności gromadzonych, przechowywanych i przekazywanych informacji, regularnie odnotowuje próby włamania do swoich systemów, przy czym Grupa i jej usługodawcy mogą nie dysponować zasobami lub zaawansowanymi rozwiązaniami technicznymi pozwalającymi jej przewidzieć wszystkie rodzaje ataków i technik stosowanych w celu uzyskania nieuprawnionego dostępu do jej systemów lub stale im zapobiegać. W związku z tym Grupa nie może zagwarantować, że nie dojdzie do niezamierzonego lub nieuprawnionego wykorzystania lub ujawnienia informacji ani że osoby trzecie nie uzyskają nieuprawnionego dostępu do tych informacji pomimo wysiłków podejmowanych przez Grupę. Osiągnięcia w zakresie możliwości informatycznych, nowe odkrycia technologiczne lub inne wydarzenia mogą zwiększyć częstotliwość lub prawdopodobieństwo naruszeń bezpieczeństwa. Ponadto przypadki naruszenia bezpieczeństwa mogą również wynikać z kwestii pozatechnicznych, w tym umyślnych lub nieumyślnych naruszeń przez pracowników lub osoby, z którymi Grupa utrzymuje stosunki gospodarcze. Wszelkie przypadki naruszenia zabezpieczeń stosowanych przez Grupę lub przez jej zewnętrznych usługodawców mogą stanowić naruszenie obowiązujących przepisów prawa w zakresie ochrony prywatności i bezpieczeństwa danych oraz innych przepisów, a także powodować istotne ryzyko prawne i finansowe, niekorzystny rozgłos i utratę zaufania do środków bezpieczeństwa stosowanych przez Grupę. Chociaż Grupa jest w pewnym stopniu ubezpieczona od odpowiedzialności cywilnej z tytułu naruszenia prywatności, naruszenia bezpieczeństwa danych i bezpieczeństwa sieci, nie może mieć pewności, że ochrona ubezpieczeniowa okaże się wystarczająca wobec zobowiązań, które mogą faktycznie powstać, ani że ubezpieczenie będzie w dalszym ciągu dostępne dla Grupy na warunkach uzasadnionych

z ekonomicznego punktu widzenia lub że w ogóle będzie ono dla niej dostępne. Grupa może również być zmuszona do przeznaczania znaczących zasobów na ochronę przed naruszeniami bezpieczeństwa lub na rozwiązywanie problemów spowodowanych naruszeniami, co może spowodować uszczuplenie zasobów przeznaczonych na rozwój i rozszerzenie działalności Grupy.

Wystąpienie któregośkolwiek z powyższych rodzajów ryzyka może mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

GRUPA MOŻE NIE BYĆ W STANIE REALIZOWAĆ Z POWODZENIEM SWOICH CELÓW STRATEGICZNYCH, TAKICH JAK ROZWÓJ PROGRAMU SMART!, OPRACOWYWANIE I WPROWADZANIE NOWYCH PRODUKTÓW Z ZAKRESU FINANSOWANIA KONSUMENCKIEGO, EKSPANSJA MIĘDZYNARODOWA, ZWIĘKSZANIE ZAKRESU USŁUG REALIZACJI ZAMÓWIEŃ LUB DOKONYWANIE PRZEJĘĆ.

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.

SMART!

Program lojalnościowy SMART! został uruchomiony w 2018 r. i szybko zyskał popularność wśród kupujących oraz przyniósł sukces finansowy, ponieważ Grupa zainwestowała znaczne środki w jego rozwój. Liczba aktywnych, płacących abonentów programu SMART! na dzień 30 czerwca 2020 r. wynosiła 2,1

mln i w dalszym ciągu bardzo szybko rosła w drugiej połowie 2020 roku. Program SMART! oferuje kupującym pewne przywileje, w związku z czym niesie ze sobą ryzyko nadużyć ze strony abonentów (np. współdzielenie kont, zamówienia większej liczby artykułów i zwroty). Perspektywy Grupy zostały sformułowane przy założeniu dalszego rozwoju programu SMART! i w związku z tym mogą one ulec zmianie w przypadku niższego lub wyższego niż oczekiwano poziomu akceptacji programu przez nabywców. Ponadto ze względu na fakt, że program SMART! okazał się popularny wśród polskich konsumentów, istnieje ryzyko, że któryś z konkurentów mógłby wprowadzić podobną ofertę, zmniejszając tym samym atrakcyjność programu SMART!. Dotyczy to w szczególności firmy Amazon, która być może w przyszłości zdecyduje się na wprowadzenie podobnego programu lojalnościowego Prime dla polskich konsumentów. Jeżeli Grupa nie będzie w stanie skutecznie zarządzać przewidywanym wzrostem i związanymi z nim kosztami programu SMART! lub jeżeli korzyści płynące z programu SMART! będą nadużywane przez znaczną liczbę nabywców, może to mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

Produkt finansowania konsumenckiego

W drugiej połowie 2020 roku Grupa uruchomiła fazę testową Allegro Pay, nowego produktu finansowania konsumenckiego oferującego linie kredytowe do 4 000 PLN z opcjami spłaty od 30 dni do 20 miesięcznych rat, które będą dostępne dla uprawnionych kupujących w momencie realizacji zakupów dokonywanych przez nich za pośrednictwem platformy e-commerce Grupy. Faza testowa została zakończona pod koniec 2020 roku, a udostępnienie tego produktu znacznie szerszej grupie kupujących w 2021 roku, wraz z wdrożeniem kompleksowego planu w zakresie dalszych ulepszeń Allegro Pay, ma przełożyć się na istotne zwiększenie dynamiki udzielania pożyczek konsumenckich przez Grupę w roku 2021 i w kolejnych latach.

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. Ten model ryzyka może jednak nie pozwalać na dokładne przewidzenie zdolności kredytowej konsumenta ze względu na, między innymi, niedokładne założenia dotyczące konkretnego konsumenta lub otoczenia gospodarczego. Na dokładność modelu ryzyka oraz na zdolność Grupy do zarządzania ryzykiem kredytowym związanym z ofertą Grupy w zakresie finansowania konsumenckiego mogą mieć również wpływ zmiany prawne lub regulacyjne (np. przepisy dotyczące upadłości i regulacje dotyczące minimalnych spłat), działania konkurencji, zmiany w zachowaniach konsumentów, dostępność źródeł finansowania, zmiany w otoczeniu gospodarczym oraz inne czynniki. 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 uruchomienie usługi Allegro Pay może nie przynieść spodziewanego wzrostu zakupów towarów przez konsumentów, a tym samym Grupa może nie zrealizować oczekiwanych dodatkowych przychodów z tytułu prowizji od sprzedawców. Grupa może również nie być w stanie pozyskać finansowania dla udzielanych przez siebie kredytów konsumenckich przy stopach procentowych, które byłyby wystarczająco konkurencyjne, aby umożliwić Grupie osiąganie zysków z oferowanego przez nią produktu finansowania konsumenckiego. Grupa może nie być w stanie dokonać sekurytyzacji swojego portfela kredytowego w przyszłości lub może nie być w stanie dokonać sekurytyzacji portfela kredytowego na warunkach eliminujących wszelkie roszczenia regresowe wobec Grupy, co może prowadzić do zwiększonego zadłużenia w celu sfinansowania portfela kredytowego, co z kolei może skutkować zaprzestaniem przez Grupę świadczenia usług finansowania konsumenckiego lub dążeniem do prowadzenia działalności przy wyższym niż obecnie oczekiwany poziomie dźwigni finansowej. W związku z prowadzoną działalnością w zakresie usług finansowych Grupa może być narażona na dodatkowy nadzór regulacyjny, w tym ze strony Prezesa UOKiK, Komisji Nadzoru Finansowego, Generalnego Inspektora Informacji Finansowej oraz Urzędu

Ochrony Danych Osobowych. Niekorzystny wpływ na tę działalność mogą mieć zmiany w ustawie z dnia 12 maja 2011 r. o kredycie konsumenckim, ustawie z dnia 21 lipca 2006 r. o nadzorze nad rynkiem finansowym oraz ustawie z dnia 29 sierpnia 1997 r. Prawo bankowe, a ponadto działalność ta może wiązać się z dodatkowym ryzykiem, w tym ryzykiem związanym z praniem pieniędzy, łapówkarstwem i korupcją oraz finansowaniem terroryzmu.

Ekspansja międzynarodowa

Strategia rozwoju Grupy zakłada możliwość rozszerzenia działalności na nowe obszary geograficzne. Ekspansja taka może pociągać za sobą ryzyka związane z brakiem doświadczenia Grupy w prowadzeniu działalności w takich regionach geograficznych oraz z odmiennymi normami, zwyczajami handlowymi i społecznymi. Rozszerzenie działalności Grupy na takie obszary geograficzne może również pociągać 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 przepisami i norm etycznych oraz bariery kulturowe i językowe. Ponadto nie można mieć pewności, że Grupa będzie w stanie dokładnie przewidzieć poziom popytu na swoje produkty i usługi w nowych regionach geograficznych, w których Grupa może chcieć rozszerzyć swoją działalność, a dodatkowo Grupa może być zmuszona do stworzenia nowej marki lub zmiany przeznaczenia istniejącej marki w celu jej wykorzystania w nowych regionach geograficznych. Ekspansja na nowe obszary geograficzne będzie się również prawdopodobnie wiązała ze znaczącymi inwestycjami w infrastrukturę, 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.

Allegro Fulfillment

W celu dalszej poprawy jakości obsługi konsumentów oraz wspierania międzynarodowych sprzedawców i wybranych handlowców Grupa prawdopodobnie wprowadzi własne usługi realizacji zamówień („Allegro Fulfillment”) w ramach uzupełnienia modelu realizacji zamówień przez podmioty zewnętrzne. Pierwsza placówka Fulfillment Center, której zadaniem będzie wspieranie sprzedawców w modelu 3P, zostanie uruchomiona w 2021 roku, a z czasem, w zależności od początkowych wyników Allegro Fulfillment, projekt ten będzie rozszerzany o kolejne inwestycje w następne placówki tego typu zlokalizowane w pobliżu najbardziej zaludnionych obszarów. 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 skrytek na przesyłki, tzw. sieci „ostatniej mili”

Grupa analizuje potencjalne pozytywne skutki inwestycji w uruchomienie własnej sieci skrytek stanowiącej element strategii mającej na celu poprawę doświadczeń konsumentów w zakresie dostaw. Grupa jest przekonana, że dzięki pełnej integracji oprogramowania skrytek z platformą handlową oraz pełnej koordynacji działań w ramach tzw. pierwszej mili, usługi Allegro Fulfillment oraz działań w ramach ostatniej mili z dostawami do własnej sieci skrytek, możliwe będzie uzyskanie znaczących korzyści w zakresie możliwości realizacji dostaw w następnym dniu po dokonaniu zakupu oraz poprawy doświadczeń użytkowników. Grupa rozpoczęła inwestycje w zespół, którego zadaniem jest zarządzanie pozyskiwaniem lokalizacji, montażem i eksploatacją skrytek, a także zabezpiecza możliwości zaopatrzenia się w skrytki wysokiej jakości. Grupa przewiduje, że uruchomienie sieci skrytek zajmie kilka lat, a docelowa skala tej sieci nie została jeszcze określona i będzie zależała od realizacji celów operacyjnych projektu związanych

z obsługą konsumentów, ponieważ alternatywne metody dostawy, w tym dostawa do sieci skrytek należących do innych firm, nadal stanowią realne alternatywy zapewniające wysoką jakość, choć z mniejszym potencjałem realizacji dostawy następnego dnia po dokonaniu zakupu. Jeżeli Grupie nie uda się uruchomić odpowiednio funkcjonującej sieci skrytek 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.

Transakcje przejęcia

Grupa może dokonywać oportunistycznych przejęć innych spółek, przedsięwzięć lub aktywów w Polsce lub za granicą. Przejęcia niosą ze sobą liczne rodzaje ryzyka, z których każde może mieć niekorzystny wpływ na działalność Grupy, w tym między innymi: trudności w integracji technologii, działalności, istniejących umów i personelu przejmowanych podmiotów; trudności w zakresie wsparcia i przejścia klientów lub dostawców przejmowanej spółki; przekierowanie zasobów finansowych i zarządczych z istniejącej działalności lub alternatywnych możliwości przejęć; nieosiągnięcie oczekiwanych korzyści lub efektów synergii wynikających z transakcji; niezidentyfikowanie wszystkich problemów, zobowiązań lub innych niedociągnięć lub wyzwań związanych z nabywaną spółką lub technologią, w tym kwestii związanych z własnością intelektualną, zgodnością z przepisami, praktykami księgowymi lub kwestiami dotyczącymi pracowników lub klientów; ryzyko związane z wejściem na nowe rynki, na których Grupa ma ograniczone doświadczenie lub nie ma go wcale; potencjalna utrata kluczowych pracowników, klientów 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.

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

W niniejszym Sprawozdaniu przedstawiono różne oczekiwania dotyczące krótko – i średnioterminowych perspektyw finansowych Grupy w zakresie wskaźnika GMV, przychodów netto, znormalizowanego zysku EBITDA, nakładów inwestycyjnych i innych prognozowanych wskaźników efektywności. Informacje dotyczące krótko – i średnioterminowych perspektyw finansowych Grupy oraz inne prognozowane wskaźniki wyników stanowią jedynie cele Grupy i nie należy opierać się na nich przy przewidywaniu lub prognozowaniu rzeczywistych krótko – i średnioterminowych 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, wszelkim dodatkowym wyzwaniom wynikającym ze zwiększonej obecności na rynkach międzynarodowych w wyniku ekspansji geograficznej lub zwiększonego wykorzystania centrów realizacji zamówień w wyniku uruchomienia usługi Allegro Fulfillment), a w szczególności swoje systemy informatyczne i infrastrukturę realizacji zamówień. 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 kupujących, 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 uczenie maszynowe i inne formy sztucznej inteligencji zmieniają różne aspekty branży e-commerce – od optymalizacji wyników wyszukiwania i cen po obsługę klienta i koordynację logistyki dostaw. Grupa może nie być w stanie kontynuować wprowadzania innowacji w dotychczasowym tempie lub na poziomie, w jakim wprowadzają je jej konkurenci. Niezdolność do wprowadzania i stosowania nowych osiągnięć technologicznych w odpowiednim czasie może zmniejszyć atrakcyjność stron internetowych Grupy dla kupujących i sprzedawców, a tym samym ograniczyć rozwój Grupy. Każde takie niepowodzenie może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

DZIAŁALNOŚĆ GRUPY OPIERA SIĘ NA PLATFIRMACH E-COMMERCE SŁUŻĄCYCH DO ZAWIERANIA TRANSAKCJI HANDLOWYCH, W PRZYPADKU KTÓRYCH NIEMAL CAŁA DZIAŁALNOŚĆ JEST UZALEŻNIONA OD SPRZEDAWCÓW I KUPUJĄCYCH KORZYSTAJĄCYCH Z TYCH PLATFIRM, A ZATEM POZOSTAJE W ZNACZNYM STOPNIU POZA KONTROLĄ GRUPY.

Działalność Grupy jest uzależniona głównie od tego, czy sprzedawcy i kupujący wystawiają i nabywają produkty i usługi za pośrednictwem jej platformy. Z wyjątkiem stosunkowo niewielkiej części działalności Grupy w zakresie sprzedaży detalicznej prowadzonej bezpośrednio 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 prowadzącymi sprzedaż detaliczną przez Internet oraz sklepami tradycyjnymi. Producenci mogą próbować egzekwować ustalenia dotyczące utrzymania minimalnej ceny odsprzedaży, aby uniemożliwić dystrybutorom

sprzedaż na stronach internetowych Grupy lub po cenach, które mogłyby sprawić, że jej strona będzie atrakcyjniejsza w porównaniu z alternatywnymi możliwościami zakupu. Sprzedawcy detaliczni i marki mogą uznać, że są w stanie uzyskać bardziej konkurencyjne ceny swoich produktów za pośrednictwem innych kanałów dystrybucji i mogą wybrać takie inne kanały zamiast wystawiania produktów na platformie e-commerce Grupy. Wystąpienie którejkolwiek z powyższych okoliczności może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, wyniki operacyjne i sytuację finansową Grupy.

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

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

Ponadto kompetencje i zaangażowanie pracowników Grupy są ważnymi czynnikami dla pomyślnego rozwoju Grupy oraz zarządzania szansami i ryzykiem. Z tego względu sukces Grupy zależy również od jej zdolności do pozyskiwania, szkolenia, motywowania i utrzymywania wysoko wykwalifikowanych pracowników, przy jednoczesnym budowaniu kultury korporacyjnej. Brak wykwalifikowanych i zmotywowanych pracowników mógłby utrudnić rozwój i wzrost Grupy lub zaszkodzić jej reputacji. Grupa stoi w obliczu silnej i rosnącej konkurencji ze strony lokalnych, europejskich i globalnych firm konkurencyjnych w zakresie pozyskiwania wykwalifikowanych pracowników, w tym pracowników na stanowiskach informatycznych. Utrata wykwalifikowanego personelu, duża rotacja pracowników lub utrzymujące się trudności w obsadzaniu wolnych stanowisk odpowiednimi kandydatami mogą mieć istotny negatywny wpływ na zdolność Grupy do skutecznego 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, wykszolenia, zmotywowania lub utrzymania wykwalifikowanego personelu bez ponoszenia nadmiernych kosztów może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

W przeszłości Grupa oferowała Radzie Dyrektorów Spółki i kluczowym pracownikom Grupy możliwości dokonywania inwestycji w Grupie w celu przyciągnięcia i utrzymania wysoko wykwalifikowanych osób. Finał tych inwestycji miał miejsce w momencie przeprowadzenia pierwszej oferty publicznej Grupy w październiku 2020 roku, kiedy to zostały one zamienione na akcje zwykłe Grupy, notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Każdy z menedżerów uczestniczących w programie miał możliwość sprzedaży mniejszości swoich akcji zwykłych w ramach pierwszej oferty publicznej, a pozostałe akcje będą mogły zostać sprzedane po upływie okresu blokady, tj. dwunastu miesięcy od daty pierwszej oferty publicznej, czyli w październiku 2021 roku. Grupa nie może zagwarantować, że po uwidocznieniu się wyników tych inwestycji, wszystkie osoby, które zainwestowały w Grupę uznają, że dalsze zatrudnienie w Grupie jest zgodne z ich oczekiwaniami, celami osobistymi lub zawodowymi, w związku z czym w przyszłości Grupa może być narażona na zwiększony odpływ wysoko wykwalifikowanych pracowników. Począwszy od 2021 roku kierownictwo zamierza wdrożyć programy motywacyjne, w tym programy motywacyjne oparte na akcjach, aby zapewnić konkurencyjne wynagrodzenie całkowite.

Koszty osobowe stanowią istotny czynnik kosztowy w działalności Grupy. Chociaż żaden z pracowników Grupy nie jest obecnie objęty układem zbiorowym pracy, nie ma pewności, że w przyszłości nie dojdzie do sporów pracowniczych, wstrzymania pracy, strajków lub podobnych działań, które mogłyby skłonić Grupę do przyjęcia lub wynegocjowania układu zbiorowego pracy. Wszelkie istotne spory pomiędzy Grupą a jej pracownikami mogą zakłócić działalność Grupy, doprowadzić do utraty przychodów i użytkowników oraz zwiększyć koszty operacyjne Grupy. Ponadto nie ma gwarancji, że zawarcie układu

zbiorowego będzie możliwe na warunkach, które byłyby satysfakcjonujące dla Grupy. Jeżeli spory pracownicze będą miały długofalowy wpływ na działalność Grupy lub jeżeli Grupa zostanie zmuszona do zawarcia układu zbiorowego na niekorzystnych warunkach, może to w istotny sposób niekorzystnie wpłynąć na jej działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne.

FUNKCJONOWANIE PLATFORMY E-COMMERCE W ZAKRESIE DYSTRYBUCJI PRODUKTÓW OD SPRZEDAWCÓW DO NABYWCÓW 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 kupujących 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 wyrzucić 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 termin wygaśnięcia niektórych z tych umów upływa w 2021 r. i nie ma pewności, że umowy te zostaną przedłużone na akceptowalnych warunkach. Mimo że Grupa zapewnia duże wolumeny przesyłek, a zatem jest atrakcyjnym partnerem dla zewnętrznych dostawców usług, liczba takich dostawców, którzy są w stanie świadczyć usługi na rzecz Grupy w niezbędnym zakresie, jest ograniczona. Ewentualne pogorszenie

sytuacji finansowej 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 wyrzucić istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

Ponadto oprócz tradycyjnych usług kurierskich, wielu kupujących w Grupie wybiera opcję dostawy poza miejscem zamieszkania, np. dostawę do całonocnych 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 skrytek depozytowych, z których osoby kupujące online mogą odbierać paczki przez 24 godziny na dobę, siedem dni w tygodniu. Są one popularną opcją dostawy dla polskich konsumentów. InPost jest największym dostawcą automatów paczkowych w Polsce. Grupa zawarła długoterminową umowę ramową z InPost na dostarczanie przesyłek do paczkomatów, jednak ewentualne przyszłe obniżenie zakresu współpracy lub podwyższenie opłat za usługi może zmniejszyć atrakcyjność tej opcji dostawy. Może to wpłynąć na skłonność kupujących 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.

TRWAJĄCA PANDEMIA COVID-19, W TYM WYNIKAJĄCA Z NIEJ NIEPEWNOŚĆ GOSPODARCZA NA ŚWIECIE ORAZ ŚRODKI PODJĘTE W ODPOWIEDZI NA PANDEMIE, A TAKŻE INNE PRZYSZŁE POTENCJALNE 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 dniu 11 marca 2020 r. Światowa Organizacja Zdrowia uznała, że zasięg i nasilenie

choroby osiągnęły poziom pandemii. Pierwsze przypadki zakażeń wirusem COVID-19 odnotowano w Polsce w marcu 2020 r., a polskie władze podjęły liczne działania mające na celu powstrzymanie wirusa, takie jak zakazy i ograniczenia podróżowania, lockdowny, kwarantanny oraz zamykanie przedsiębiorstw i miejsc pracy, wymóg zachowania dystansu społecznego, ograniczanie lub zakazywanie spotkań towarzyskich i imprez masowych. Do tej pory działania te były trzykrotnie intensyfikowane i łagodzone, w miarę wzrostu i ponownego spadku liczby zakażeń. Z końcem grudnia 2020 r. w całej Polsce i UE ruszył program szczepień, jednakże nie przełożył się on jeszcze w sposób istotny na skalę wprowadzonych przez władze działań zapobiegawczych.

W wyniku tych ograniczeń dynamika PKB w Polsce spadła z 3,6% w 2019 r. do – 2,8% w 2020 r., co oznacza pierwszą recesję gospodarczą w Polsce od początku lat 90-tych. Spowolnienie to osłabiło wzrost sprzedaży detalicznej i poważnie pogorszyło sytuację przedsiębiorstw w sektorach najbardziej dotkniętych restrykcjami, jednocześnie nadwyrężając zasoby, jakimi dysponuje polski rząd w celu zapewnienia wsparcia finansowego. O ile spadek ogólnego popytu ma wyraźny negatywny wpływ na segment e-commerce, o tyle okresowe ograniczenia nakładane na tradycyjne punkty sprzedaży detalicznej, które nie służą zaspokajaniu podstawowych potrzeb klientów, polegające na ograniczaniu liczby klientów, zamykaniu centrów handlowych, a nawet wszystkich innych sklepów, które nie zaspokajają podstawowych potrzeb, w połączeniu z niechęcią kupujących do ryzykowania kontaktów społecznych i zarażenia się podczas zakupów, spowodowały wzrost netto popytu w sektorze e-commerce obserwowany od momentu pojawienia się pandemii w Polsce.

Na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania Zarządu nie jest jasne, w jakim czasie program szczepień spowoduje wystarczający spadek liczby zakażeń, aby umożliwić trwałe usunięcie wspomnianych ograniczeń. Ponadto pojawiły się nowe szczepy wirusa COVID-19 i nie wiadomo, czy i w jakim stopniu dostępne szczepionki są mniej skuteczne względem nowych szczepów i czy problem ten może wydłużyć czas trwania kryzysu wywołanego pandemią. W miarę wydłużania się okresu obowiązywania restrykcji wprowadzonych w ramach lockdownu szkody ekonomiczne ponoszone przez przedsię-

[1] Źródło: <https://tradingeconomics.com/poland/gdp-growth-annual>

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

biorców i konsumentów objętych tymi restrykcjami są coraz większe i mogą zacząć w widoczny sposób ograniczać aktywność zarówno Sprzedawców, jak i Konsumentów korzystających z platformy prowadzonej przez Grupę. Ponadto nie można dokładnie przewidzieć, w jakim stopniu dodatkowy popyt, który początkowo odnotowano w segmencie e-commerce na skutek wybuchu pandemii i wprowadzenia związanych z nią ograniczeń, utrzyma się po ustąpieniu pandemii i zniesieniu restrykcji. Kształtowanie się popytu w sektorze e-commerce po zakończeniu pandemii zależy zatem od tempa ożywienia gospodarczego, które nastąpi po ostatecznym złagodzeniu ograniczeń, oraz od tego, jak trwały charakter będzie miała zmiana preferencji konsumentów w kierunku dokonywania zakupów przez Internet. Grupa nie jest w stanie przewidzieć wzajemnego oddziaływania na siebie powyższych czynników z jakąkolwiek pewnością, w związku z czym nasze plany i oczekiwania mogą okazać się istotnie odmienne od rzeczywistych efektów, a faktyczne wskaźniki wzrostu, wyniki finansowe i operacyjne mogą znacząco odbiegać od przyjętych założeń.

Rozprzestrzenianie się wirusa COVID-19 skłoniło Grupę do wprowadzenia zmian w swoich praktykach operacyjnych, przy czym może ona podjąć dalsze działania nakazane przez władze lub takie, które uzna za leżące w najlepszym interesie jej pracowników, kupujących, sprzedawców i innych zainteresowanych stron. Grupa wdrożyła politykę pracy zdalnej, z której korzystają prawie wszyscy jej pracownicy. W przypadku pracowników Grupy, którzy pracują w magazynie i/lub nie mogą pracować zdalnie, Grupa wdrożyła dodatkowe procedury ochronne, w tym wyposażała pracowników w środki ochrony osobistej (np. maski, rękawice, środki dezynfekujące, płyny do dezynfekcji rąk, osłony twarzy), wdrożyła zasady dystansu społecznego, wprowadziła tryzmianowy system pracy, zwiększyła częstotliwość sprzątnięcia w obiektach Grupy oraz zainstalowała kamery termowizyjne. Nie ma pewności, że środki te będą wystarczające do ograniczenia ryzyka związanego z COVID-19, a wdrożenie tych środków (lub ich niewystarczająca skuteczność) może spowodować zwiększoną absencję pracowników z powodu choroby i zaszkodzić zdolności Grupy do wykonywania niektórych z jej kluczowych funkcji i obsługi użytkowników.

W miarę jak kryzys wywołany pandemią będzie się przedłużał na kolejne miesiące 2021 r., a być może i dłużej, wydłużenie okresu pracy w domu przez większość pracowników Grupy może zacząć wywierać widoczny negatywny wpływ na ich wydajność. Działalność Grupy wymaga tworzenia różnorodnych zespołów, których zadaniem jest rozwiązywanie złożonych problemów biznesowych i inżynierskich w celu poprawy doświadczeń użytkowników korzystających z platformy, a stały rozwój osiągany w miarę upływu czasu jest istotnym czynnikiem napędzającym wzrost Grupy. Praca z domu i bliska współpraca za pośrednictwem wideokonferencji jest zdecydowanie mniej optymalnym rozwiązaniem niż praca zespołowa w biurze, w szczególności do tego celu zaprojektowanych pomieszczeniach, co może z czasem przełożyć się na wolniejsze tempo rozwoju platformy handlowej i spowolnić wzrost Grupy.

Grupa dokonuje poważnych inwestycji w zwiększenie liczby pracowników oraz w wynajem i wyposażenie większych biur, w których będą oni mogli pracować po zniesieniu ograniczeń związanych z dystansem społecznym i wysokim ryzykiem zakażenia wirusem COVID-19. Istnieje ryzyko, że wielu pracowników może zdecydowanie preferować dalszą pracę w domu lub że w ramach kolejnych ograniczeń zmniejszone zostanie dopuszczalne zagęszczenie osób pracujących stacjonarnie, co znacznie obniży efektywność kosztową powierzchni biurowej w stosunku do poziomu rynkowego sprzed pandemii. Sytuacja taka może mieć istotny wpływ na wyniki finansowe i operacyjne Grupy.

O ile pandemia COVID-19 doprowadziła jak dotąd do wzrostu GMV, o tyle działalność Grupy w zakresie sprzedaży biletów w systemie eBilet, która stanowiła odpowiednio 1,0% i 0,2% GMV Grupy za lata zakończone 31 grudnia 2019 r. i 2020 r., została ograniczona w wyniku zamknięcia branży wydarzeń rozrywkowych organizowanych na żywo w następstwie wybuchu pandemii COVID-19. Jeżeli sytuacja w branży wydarzeń rozrywkowych organizowanych na żywo nie poprawi się na tyle, aby działalność spółki eBilet mogła powrócić do poziomu rentowności sprzed wybuchu pandemii COVID-19 w perspektywie średnioterminowej, Grupa może być zmuszona do rozpoznania utraty wartości bilansowej inwestycji i dokonania odpisu określonych kwot aktywów netto. W przypadku utrzymywania się wpływu pandemii COVID-19 na działalność spółki

eBilet Grupa może być zmuszona do zrewidowania swoich planów dotyczących spółki eBilet w celu zaradzenia tej sytuacji.

Stopień, w jakim pandemia COVID-19 wpłynie na działalność, wyniki operacyjne i sytuację finansową Grupy będzie zależał od przyszłego rozwoju sytuacji w zakresie powyższych problemów i na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania pozostaje on obciążony wysoką niepewnością 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 podejrzanego aktywności oraz wdrażanie mechanizmów antybotowych w celu przeciwdziałania złym doświadczeniom kupujących i zwiększania ich zadowolenia, nie można mieć pewności, że środki te okażą się wystarczające do dokładnego wykrywania oszustw, zapobiegania im lub ich powstrzymywania. W miarę wzrostu sprzedaży na platformie e-commerce Grupy koszty eliminowania skutków nieuczciwych działań, w tym koszty zwrotu należności kupującym, 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.

ZMIANY LICZBY KUPUJĄCYCH 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 kupujący 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 kupujący 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 kupujących co do zakupionych produktów lub jeżeli wskaźnik zwrotów dokonywanych przez kupujących wzrośnie z innych powodów (np. z powodu zmian w zachowaniu kupujących 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 kupujących 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 nabywcy 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 kupujących. Powyższe czynniki mogą 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 Nowej Umowy Kredytowej, 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. Jeżeli w terminie zapadalności kredytów Grupy lub innych zobowiązań, które Grupa może zaciągnąć, 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. 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 spółkami portfelowymi, które mogą być sprzeczne z interesami inwestorów jako akcjonariuszy (lub stanowić konkurencję dla Grupy) oraz mogą kolidować z potencjalnymi transakcjami, które Grupa może chcieć zawrzeć. Co więcej wszelkie okoliczności związane z faktem, że znaczący akcjonariusze są właścicielami lub beneficjentami praw własności do Grupy lub innych spółek portfelowych mogą negatywnie wpłynąć na działalność Grupy, w tym na jej wizerunek, markę lub zdolność do refinansowania zadłużenia, jeżeli instytucje finansowe uznają taką własność za istotnie niekorzystną dla ich gotowości do refinansowania lub pozyskania kapitału. Nie ma pewności, że interesy znaczących akcjonariuszy Grupy będą zgodne z interesami pozostałych akcjonariuszy lub Grupy ani że znaczący akcjonariusze będą wykonywać swoje prawa z korzyścią dla wszystkich akcjonariuszy.

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

Grupa jest uzależniona od zewnętrznych dostawców oprogramowania wykorzystywanego przez nią do prowadzenia działalności. Przykładowo Grupa korzysta obecnie z licencji na oprogramowanie biznesowe udzielanych przez Google, a wszelkie zmiany w dostępności takiego oprogramowania mogłyby spowodować istotne zakłócenia w działalności Grupy. Grupa korzysta również z usług z zakresu serwisów społecznościowych i komunikatorów, w tym usług telefonicznych i czatów, w celu komunikowania się ze swoimi użytkownikami. Zmiany warunków korzystania z tych usług mogłyby ograniczyć możliwości Grupy w zakresie promocji, a ponadto mogłyby dojść do spadku wykorzystania takich serwisów społecznościowych przez obecnych i potencjalnych kupujących 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 porównywarę cen. Jakiegokolwiek przerwy w dostępności usług w chmurze mogłyby pogorszyć jakość doświadczeń użytkowników platform, natomiast gwałtowny wzrost kosztów mógłby zmusić Grupę do zwiększenia inwestycji kapitałowych w celu ograniczenia zależności od usług opartych na przetwarzaniu w chmurze. Przerwa w działalności Grupy spowodowana niedostępnością oprogramowania lub brakiem możliwości komunikowania się Grupy z użytkownikami korzystającymi z usług serwisów społecznościowych i komunikatorów, w tym usług telefonicznych i czatów, mogłyby negatywnie wpłynąć na reputację Grupy i wyrzucić istotny niekorzystny wpływ na jej działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne.

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

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

Ponadto wszelkie awarie dotyczące którejkolwiek z funkcji tych serwisów w zakresie przetwarzania płatności mogą prowadzić do powstania roszczeń użytkowników twierdzących, że zakupy lub płatności nie zostały prawidłowo autoryzowane lub zostały przesłane w sposób błędny, a także do ryzyka, że kupujący nie będą dysponować wystarczającymi środkami oraz do ryzyka oszustwa. Chociaż Grupa wdrożyła system wykrywania oszustw oparty na narzędziach uczenia maszynowego, wszelkie niepowodzenia w unikaniu lub ograniczaniu strat wynikających z nieuczciwych transakcji mogą zaszkodzić reputacji Grupy i spowodować wzrost kosztów obsługi prawnej.

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

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

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

Działalność detaliczna Grupy w modelu 1P 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 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.

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

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

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

Grupa jest narażona na ryzyko wynikające z czynników zewnętrznych, na które nie ma ona wpływu, w tym między innymi na ryzyko wypadków, aktów wandalizmu, zagrożeń naturalnych, aktów terrorizmu, szkód i strat spowodowanych przez pożary, awarie zasilania lub inne zdarzenia, które mogą potencjalnie prowadzić do zakłócenia działalności gospodarczej Grupy, obrażeń ciała, szkód w mieniu osób trzecich lub w środowisku naturalnym. Grupa korzysta na przykład z usług zewnętrznych dostawców centrów danych, których obiekty mogą ulec poważnej awarii w wyniku uszkodzenia fizycznego lub cyberataku, narażając tym samym Grupę na straty wykraczające poza zakres ochrony ubezpieczeniowej. Ponadto działalność Grupy związana z bezpośrednią sprzedażą towarów niesie ze sobą konkretne rodzaje ryzyka, takie jak ryzyko pożaru, upadku z wysokości, upadku przedmiotów z regałów magazynowych i w trakcie ich przemieszczania, czy też ryzyko związane z ruchem drogowym, które może skutkować uszkodzeniem sprzętu, uszkodzeniem mienia osób trzecich oraz obrażeniami ciała lub śmiercią. Wypadki lub inne zdarzenia, które mają miejsce w magazynie Grupy lub dotyczą personelu bądź działalności Grupy, mogą prowadzić do powstania roszczeń odszkodowawczych wobec Grupy i mogą naruszać jej reputację. Chociaż Grupa

ubezpiecza się od takich strat w zakresie i za cenę, które uznaje za stosowne, polisy ubezpieczeniowe Grupy zawierają pewne wyłączenia i ograniczenia, a Grupa nie może zagwarantować, że wszystkie istotne zdarzenia powodujące szkody lub straty zostaną w pełni lub w wystarczającym stopniu pokryte przez stosowną polisę ubezpieczeniową. W rezultacie wysokość wszelkich kosztów, w tym kar lub odszkodowań, które Grupa może ponieść w takich okolicznościach może znacznie przekroczyć sumę ubezpieczenia, które Grupa posiada na wypadek takich strat. Ponadto ubezpieczyciele Grupy mogą stać się niewypłacalni. Wystąpienie któregośkolwiek z tych zdarzeń, samodzielnie lub łącznie, może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

Ryzyko związane z regulacjami, kwestiami prawnymi i kwestiami dotyczącymi własności intelektualnej

GRUPA MOŻE BYĆ NARAŻONA NA KARY PIENIĘŻNE I NASTĘPCZE ROSZCZENIA ODSZKODOWAWCZE W ZWIĄZKU Z DOMNIEMANYMI LUB RZECZYWISTYMI DZIAŁANAMI NARUSZAJĄCYMI KONKURENCJĘ LUB PRAKTYKAMI WYWIERAJĄCYMI NEGATYWNY WPŁYW NA KONSUMENTÓW I NIE MOŻE ZAGWARANTOWAĆ, ŻE PREZES UOKiK LUB KE NIE UZNAJĄ NIEKTÓRYCH DZIAŁAŃ PROWADZONYCH PRZEZ GRUPĘ ZA NARUSZAJĄCE UNIJNE I/LUB POLSKIE PRZEPISY PRAWA OCHRONY KONKURENCJI LUB KONSUMENTÓW.

Grupa może być narażona na roszczenia odszkodowawcze z 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. 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 roz-

szczeniach 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.

Prezes UOKiK jest uprawniony na podstawie ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (tekst jednolity: Dz. U. z 2020 r., poz. 1076 z późn. zm.) („Ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów”) do wszczynania postępowań administracyjnych dotyczących ochrony konkurencji lub ochrony konsumentów, w tym klauzul abuzywnych we wzorcach umów zawieranych z konsumentami. Dodatkowo zarówno Prezes UOKiK, jak i KE mogą wszcząć postępowanie na podstawie art. 101 i 102 Traktatu o funkcjonowaniu Unii Europejskiej. („TFUE”).

Zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes UOKiK w dniu 6 grudnia 2019 r. wszczął postępowanie antymonopolowe przeciwko Allegro.pl w sprawie rzekomego nadużywania przez Allegro.pl pozycji dominującej na polskim rynku usług B2C w zakresie pośrednictwa sprzedaży online poprzez faworyzowanie własnej działalności w zakresie sprzedaży detalicznej 1P na swojej platformie, w szczególności działalności Oficjalnego Sklepu Allegro, względem działalności sprzedawców („Sprzedawców 3P”) działających na platformie Allegro. Postępowanie poprzedzone było etapem wstępnego postępowania wyjaśniającego, które Prezes UOKiK wszczął w czerwcu 2017 r. Postępowanie antymonopolowe jest w dalszym ciągu na etapie gromadzenia dowodów, a jego wynik jest niepewny. Allegro.pl spodziewa się kolejnych wniosków o udzielenie informacji od Prezesa UOKiK w przyszłości.

W dniu 3 września 2020 roku Prezes UOKiK w komunikacie prasowym poinformował, że wszczął postępowanie wyjaśniające w sprawie zasad współpracy Allegro.pl ze sprzedawcami w celu ustalenia, czy Allegro.pl czerpie nieuzasadnione korzyści

kosztem swoich klientów. W dniu 14 września 2020 roku Grupa otrzymała formalne zawiadomienie o wszczęciu przez Prezesa UOKiK, na podstawie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów, postępowania wyjaśniającego w sprawie zasad współpracy Allegro.pl ze sprzedawcami.

W dniu 15 września 2020 roku Grupa otrzymała formalne zawiadomienie, że na podstawie ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes UOKiK wszczął postępowanie przeciwko Allegro.pl mające na celu zbadanie, czy Allegro.pl stosuje lub stosowała w swoich regulaminach klauzule abuzywne.

Więcej informacji na temat postępowań organów regulacyjnych dotyczących Allegro.pl 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 czasie powyższe postępowania dotyczące Allegro.pl zostaną zakończone ani czy Prezes UOKiK lub KE nie wszczną 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 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 w różny sposób. 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 któregoś 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. Na przykład Unia Europejska przyjęła ogólne rozporządzenie (UE) 2016/679 o ochronie danych („RODO”), które weszło w życie 15 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 abonentów zgodnie z wymogami dotyczącymi ochrony prywatności wynikającymi z obowiązujących przepisów prawa, może ona nie być w stanie zapewnić takiej ochrony, a niektóre dane abonentów 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, które podlegają niezwykle dynamicznym zmianom. 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 kupujących 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 kupujących na opłacalnych warunkach.

Wystąpienie któregoś z tych czynników ryzyka, samodzielnie lub łącznie, może mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

KORZYSTANIE Z OPROGRAMOWANIA TYPU OPEN SOURCE MOŻE ZWIĘKSZYĆ RYZYKO UZYSKANIA PRZEZ HAKERÓW NIEUPRAWNIONEGO DOSTĘPU DO SYSTEMÓW GRUPY, A PONADTO GRUPA MOŻE BYĆ NARAŻONA NA POSTĘPOWANIA SĄDOWE W PRZYPADKU ZAKWESTIONOWANIA PRZEZ OSOBY TRZECIE PRAW GRUPY DO KORZYSTANIA Z TAKIEGO OPROGRAMOWANIA NA ZASADZIE WYŁĄCZNOŚCI.

Niektóre z elementów oprogramowania i systemów wykorzystywanych przez Grupę zawierają oprogramowanie typu open source, co może nieść ze sobą pewne ryzyko w zakresie oprogramowania i rozwiązań stosowanych przez Grupę. Licencje obowiązujące w przypadku oprogramowania typu open source zawierają zazwyczaj wymóg publicznego udostępnienia kodu źródłowego objętego licencją oraz wymóg, aby wszelkie modyfikacje lub produkty pochodne oparte na oprogramowaniu typu open source również były objęte licencjami typu open source. Chociaż Grupa nie zamierza używać ani modyfikować oprogramowania typu open source bez posiadania niezbędnych licencji, może ona jednak spotkać się z roszczeniami ze strony osób trzecich, które zarzucają naruszenie ich praw własności intelektualnej, żądają udostępnienia lub udzielenia licencji na oprogramowanie typu open source lub produkty pochodne opracowane przez Grupę przy użyciu takiego oprogramowania (które mogą zawierać zastrzeżony kod źródłowy Grupy) lub w inny sposób dążą do wyegzekwowania warunków stosownej licencji typu open source. Roszczenia te mogą skutkować wszczęciem postępowania sądowego, koniecznością wykupienia przez Grupę licencji, publicznego udostępnienia fragmentów kodu źródłowego Grupy, ograniczenia 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 ani do zapewniania wsparcia. Istnieje pewne ryzyko, że autorzy oprogramowania

typu open source przestaną je aktualizować i rozwijać. Opracowywanie i przeprowadzanie aktualizacji oprogramowania przez Grupę może być kosztowne i czasochłonne. Korzystanie z oprogramowania typu open source może również wiązać się z dodatkowym ryzykiem w zakresie bezpieczeństwa, ponieważ kod źródłowy oprogramowania typu open source jest publicznie dostępny, co może ułatwić hakerom i innym osobom trzecim znalezienie sposobu na włamanie się do witryn i systemów Grupy, które funkcjonują w oparciu o oprogramowanie typu open source.

Wystąpienie któregokolwiek z tych czynników ryzyka, samodzielnie lub łącznie, może mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

MECHANIZMY KONTROLI I ZAPOBIEGANIA STOSOWANE PRZEZ GRUPĘ W RAMACH STRUKTURY ZAPEWNIENIA ZGODNOŚCI MOGĄ OKAZAĆ SIĘ NIEWYSTARCZAJĄCE, ABY W WYSTARCZAJĄCYM STOPNIU CHRONIĆ GRUPĘ PRZED WSZELKIMI RODZAJAMI RYZYKA PRAWNEGO LUB FINANSOWEGO.

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 nieprawnej dyskryminacji oraz ochrony własności i know-how spółki. Dodatkowo spółki Allegro.pl i Ceneo.pl wprowadziły obowiązkowy kodeks postępowania w zakresie przestrzegania zasad społecznej odpowiedzialności biznesu dla dostawców grupy. Dopuszcza się również możliwość przyjęcia kodeksów wprowadzonych przez dostawców. Zgodnie z zaleceniami Ministerstwa Finansów spółki Allegro.pl i Ceneo.pl wprowadziły złożony proces weryfikacji przy wyborze dostawców. Weryfikacja dokumentów finansowych, dokumentów rejestracyjnych i poprawności rachunków bankowych powinna umożliwić wyeliminowanie nieodpowiednich usługodawców. Wprowadzono również wytyczne w zakresie polityki zakupowej, procedury przetargowej, procedury kontrolingu oraz procedury prawnej, które mają na celu zminimalizowanie wszelkich niedozwolonych praktyk, naruszeń prawa, korupcji i oszustw, w szczególności w zakresie praktyk zakupowych

oraz innych negatywnych konsekwencji nieprzestrzegania przepisów w ramach Grupy. Dodatkowo wszystkie procesy zakupowe w Allegro.pl i Ceneo.pl realizowane są w oparciu o zintegrowane systemy informatyczne, które zapewniają pełną przejrzystość w zakresie powstawania zobowiązań. Naruszenie tych przepisów może niewątpliwie zaszkodzić reputacji Grupy i znacząco pogorszyć jej sytuację biznesową, finansową i dochodową. Powyższa polityka oraz nadzór wewnętrznego działu zapewnienia zgodności i działu prawnego Grupy mogą nie być wystarczające, aby zapobiec wszelkim nieuprawnionym praktykom, naruszeniom prawa, korupcji i oszustwom, w szczególności w zakresie praktyk zakupowych, lub innym negatywnym skutkom nieprzestrzegania przepisów w ramach organizacji Grupy lub przez pracowników Grupy bądź w ich imieniu. 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.

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 POLSKIEGO PRAWA I PRZEPISÓW MOŻE BYĆ NIEJEDNOZNACZNA, A PRZEPISY TE MOGĄ ULEC ZMIANIE.

Chociaż Spółka jest podmiotem prawa luksemburskiego, kluczowe spółki operacyjne Grupy zostały utworzone i działają zgodnie z prawem polskim. Polski system prawny oparty jest na prawie stanowionym uchwalanym przez Sejm Rzeczypospolitej Polskiej. W ostatnich latach wprowadzono i zmieniono znaczną liczbę przepisów dotyczących emisji i obrotu papierami wartościowymi, praw akcjonarijuszy, inwestycji zagranicznych, kwestii związanych z funkcjonowaniem i ładem korporacyjnym, handlem, podatkami i działalnością gospodarczą i/lub przepisy te mogą ulec zmianie w przyszłości. Przykładowo w lipcu 2020 r. weszły w życie nowe ograniczenia dotyczące bezpośrednich inwestycji zagranicznych (BIZ) w niektóre polskie spółki. Niektóre polskie przepisy są przedmiotem rozbieżnych interpretacji i również w przyszłości mogą one być interpretowane w sposób niespójny. Ponadto nie wszystkie orzeczenia sądowe są publikowane w dziennikach urzędowych i co do zasady nie są one wiążące w innych sprawach, a zatem mają ograniczone znaczenie jako precedens prawny. 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 różnic postępowania 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 Adinan Midco S.à r.l. są podmiotami utworzonymi zgodnie z prawem luksemburskim i podlegają temu prawu, oba podmioty muszą przestrzegać wszystkich przepisów prawa i regulacji obowiązujących w Luksemburgu. Luksemburski system prawny oparty jest na prawie stanowionym uchwalanym przez parlament Luksemburga. W ostatnich latach wprowadzono i zmieniono znaczną liczbę przepisów dotyczących emisji papierów wartościowych, praw akcjonariuszy, kwestii związanych z funkcjonowaniem i ładem korporacyjnym, podatkami i działalnością gospodarczą i/lub przepisy te mogą ulec zmianie w przyszłości. Niektóre przepisy obowiązujące w Luksemburgu są przedmiotem rozbieżnych interpretacji i również w przyszłości mogą one być interpretowane w sposób niespójny.

O ILE TO MOŻLIWE, GRUPA STOSUJE STANDARDOWE UMOWY SPRZEDAŻY, ZAKUPU I DOSTAWY ORAZ STANDARDOWE WARUNKI W WIĘKSZOŚCI SYTUACJI, CO ZWIĘKSZA RYZYKO, ŻE CZĘŚĆ LUB CAŁOŚĆ WARUNKÓW UMÓW MOŻE OKAZAĆ SIĘ NIEWAŻNA LUB NIEWYKONALNA W PRZYPADKU UZNANIA JAKIEJKOLWIEK Z KLAUZUL ZA BEZSKUTECZNĄ.

Grupa utrzymuje stosunki prawne z dużą liczbą podmiotów i osób, w tym ze sprzedawcami, dostawcami i producentami. W tym kontekście w zdecydowanej większości przypadków, o ile jest to możliwe, Grupa korzysta również ze standaryzowanych dokumentów, standardowych formularzy umów oraz standaryzowanych warunków. Jeżeli okaże się, że takie dokumenty, umowy lub warunki zawierają postanowienia niekorzystne dla Grupy lub jeżeli klauzule zawarte w takich dokumentach lub umowach zostaną uznane za nieskuteczne, a tym samym zastąpione przez niekorzystne dla Grupy postanowienia ustawowe, może to mieć wpływ na dużą liczbę standaryzowanych dokumentów, umów lub warunków. Dodatkowo zgodnie z polskim prawem standardowe warunki muszą być zgodne z przepisami ustawowymi o ogólnych warunkach umów, co oznacza, że podlegają one rygorystycznej kontroli rzetelności ze strony sądu w zakresie ich treści oraz sposobu, w jaki te warunki

lub opisane w nich pojęcia prawne są przedstawiane drugiej stronie umowy przez stronę, która się nimi posługuje. Standard ten jest nawet bardziej rygorystyczny w przypadku, gdy takie warunki są stosowane w odniesieniu do konsumentów. Co do zasady standardowe warunki są nieskuteczne, jeśli nie są przejrzyste, jasno sformułowane, jeśli nie są wyważone lub w nieodpowiedni sposób dyskryminują drugą stronę. Ze względu na częste zmiany ram prawnych, w szczególności w zakresie orzecznictwa sądów odnoszącego się do ogólnych warunków umów, Grupa może nie być w stanie uniknąć ryzyka związanego ze stosowaniem takich standardowych warunków umownych. Nieważność lub niewykonalność standardowych dokumentów, standardowych formularzy umów oraz standardowych warunków stosowanych przez Grupę mogłaby mieć istotny negatywny wpływ na jej działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne.

BRAK MOŻLIWOŚCI NABYCIA, WYKORZYSTANIA LUB UTRZYMANIA PRAW WŁASNOŚCI INTELKTUALNEJ GRUPY, W TYM ZNAKÓW TOWAROWYCH ALLEGRO I CENEO 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 nabędą 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 znaków towarowych dla swoich podmiotów operacyjnych, w tym Allegro i Ceneo, 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, 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. Pomimo podejmowanych wysiłków Grupa może nie być w stanie zapobiec naruszaniu, przywłaszczeniu lub innemu pogwałcaniu przez osoby trzecie praw własności intelektualnej oraz innych praw własności Grupy. 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 rozszczenia, bez względu na to, czy są zasadne, czy nie, mogą pociągnąć za sobą znaczące dodatkowe koszty i dekoncentrować kierownictwo.

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 INTEKTUALNĄ 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.

Istnieje również możliwość, że osoby trzecie wniosą przeciwko Grupie roszczenia o zniesławienie, pomówienie, naruszenie prywatności, zaniedbanie lub inne roszczenia oparte na charakterze i treści materiałów rozpowszechnianych za pośrednictwem platform Grupy, w szczególności materiałów rozpowszechnianych przez sprzedawców Grupy. Chociaż obowiązujące przepisy zakładają, że dostawcy usług hostingowych ponoszą potencjalną odpowiedzialność wówczas, gdy posiadali rzeczywistą wiedzę o wszelkich nielegalnych treściach na swoich platformach, niektóre przepisy regulujące obowiązki dostawcy platformy e-commerce w zakresie aktywnego monitorowania transakcji lub podejmowania działań w celu zapobiegania naruszeniom prawa są niejasne i nieprecyzyjne. Jeżeli Grupa lub inni dostawcy usług internetowych zostaną pociągnięci lub potencjalnie pociągnięci do odpowiedzialności za informacje przekazywane lub rozpowszechniane za pośrednictwem ich platform, Grupa może być zmuszona do wdrożenia środków mających na celu ograniczenie narażenia na taką odpowiedzialność. Ewentualne środki, które Grupa będzie musiała wdrożyć mogą pociągnąć za sobą konieczność poniesienia znacznych nakładów i/lub zaprzestania świadczenia niektórych usług. Wszelkie koszty poniesione przez Grupę z tytułu odpowiedzialności lub domniemanej odpowiedzialności mogą mieć istotny negatywny wpływ na jej działalność, wyniki operacyjne i sytuację finansową.

Grupa może być również narażona na odpowiedzialność prawną i finansową z tytułu domniemanego naruszenia praw własności intelektualnej osób trzecich w związku z prowadzoną przez nią działalnością.

ZMIANY W POLSKICH PRZEPISACH PODATKOWYCH MOGĄ MIEĆ NIEKORZYSTNY WPŁYW NA WYNIKI OPERACYJNE I SYTUACJĘ FINANSOWĄ GRUPY.

Polski 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), jak również mogą mieć (np. nowe przepisy dotyczące mechanizmów wypłaty i zwrotu podatku u źródła), wpływ na działalność i sytuację finansową Grupy, w tym na przepływy pieniężne. Ze względu na krótkie terminy wprowadzania do obrotu prawnego 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.

W lipcu 2016 r. weszły w życie przepisy Ogólnej Klauzuli Przeciwko 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 Sprawozdania, uwzględniają klauzulę GAAR.

Grupa nie może wykluczyć, że zostaną wprowadzone w Polsce kolejne zmiany w prawie podatkowym lub że na działalność w sektorze e-commerce zostaną nałożone nowe obciążenia podatkowe.

Polskie przepisy podatkowe mogą również wymagać dostosowania do nowych przepisów UE.

Niestabilność polskiego 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 uchyleń. Brak ugruntowanych regulacji skutkuje ich niejasną i niespójną wykładnią, co z kolei prowadzi do niepewności i sprzeczności w ich stosowaniu.

W rezultacie Grupa musi mierzyć się z ryzykiem, że jej działalność w wybranych obszarach może być niedostosowana do zmieniających się przepisów i zmieniającej się praktyki ich stosowania.

Istnieje również ryzyko, że interpretacje podatkowe już uzyskane i stosowane przez Grupę w Polsce zmienią się lub zostaną pozbawione mocy ochronnej, co mogłoby prowadzić do ryzyka podatkowego dla Grupy.

Z uwagi na fakt, że nie można wykluczyć ewentualnych sporów z polskimi organami podatkowymi, 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. 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 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 polskich 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. 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.

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.

W szczególności w 2018 roku Komisja Europejska zaproponowała nowe przepisy dotyczące w szczególności działalności cyfrowej, aby opodatkować ją w sposób „sprawiedliwy i sprzyjający wzrostowi” w Unii Europejskiej. Komisja przedstawiła dwa wnioski legislacyjne: (i) pierwszy wniosek mający na celu reformę przepisów dotyczących podatku od osób prawnych, tak aby zyski ujmowano i opodatkowywano w krajach, w których przedsiębiorstwa utrzymują znaczące interakcje z użytkownikami za pośrednictwem kanałów cyfrowych (tzw. rozwiązanie długoterminowe) oraz (ii) drugi wniosek będący odpowiedzią na apele kilku państw członkowskich o wprowadzenie tymczasowego podatku, obejmującego swym zakresem główne rodzaje działalności cyfrowej, które obecnie całkowicie wymykają się

opodatkowaniu w UE. W 2019 roku Unia Europejska zawiesiła swoje prace do końca 2020 roku i postanowiła poczekać na międzynarodowy konsensus, który ma zostać wypracowany na forum OECD. Konsensus nie został jeszcze osiągnięty, a obecnie OECD prowadzi nadal zaawansowane negocjacje międzynarodowe, które mają na celu zmusić duże i przynoszące wysokie zyski przedsiębiorstwa wielonarodowe, w tym przedsiębiorstwa cyfrowe, do płacenia podatków wszędzie tam, gdzie prowadzą znaczącą działalność skierowaną do konsumentów i gdzie generują swoje zyski. Wobec braku międzynarodowego konsensusu oraz w związku z koniecznością wzmocnienia zdolności UE do zaciągania i spłaty pożyczek Rada Europejska powierzyła Komisji zadanie przedstawienia wniosków dotyczących dodatkowych środków mających na celu zwiększenie dochodów podatkowych. Jednym z takich środków jest opłata cyfrowa. W styczniu 2021 roku Komisja Europejska rozpoczęła konsultacje publiczne w sprawie opłaty cyfrowej.

Ponadto niektóre kraje wprowadziły już własne, lokalne przepisy dotyczące opodatkowania usług cyfrowych (np. Francja i Włochy), a inne nie wykluczają przygotowania własnych propozycji, jeśli negocjacje OECD zakończą się fiaskiem. W lutym 2021 r. polskie Ministerstwo Finansów przedstawiło własną, szczegółową propozycję przepisów przewidujących opodatkowanie m.in. usług reklamy cyfrowej, a konkretne czynniki ryzyka związane z tym projektem zostały przedstawione w osobnym punkcie poniżej. Wprowadzone i/lub proponowane podatki od usług cyfrowych różnią się znacznie między sobą pod względem struktury. Fakt istnienia wielu inicjatyw lokalnych w tym zakresie (zamiast jednych ram zatwierdzonych na szczeblu międzynarodowym) może skutkować nakładaniem się na siebie poszczególnych rozwiązań, a tym samym może znacząco zwiększyć obciążenia podatkowe dla przedsiębiorstw objętych nowymi podatkami.

Grupa zauważa, że chociaż wprowadzenie podatku od usług cyfrowych motywowane jest minimalizacją możliwości stosowania schematów optymalizacji podatkowej przez przedsiębiorstwa międzynarodowe, które są w stanie optymalizować swoje działania podatkowe w wymiarze transgranicznym, kluczowe spółki operacyjne Grupy prowadzą obecnie działalność gospodarczą w Polsce, a cały dochód Grupy podlega opodatkowaniu polskim podatkiem

dochodowym od osób prawnych niezależnie od miejsca jego uzyskania. Jeżeli jednak w przyszłości na Grupę zostałyby nałożone podatki podobne do opisanych powyżej, bez możliwości skorzystania z ulgi kompensacyjnej, Grupa może znaleźć się w istotnie niekorzystnej sytuacji konkurencyjnej, ponieważ sprzedawcy działający poza Internetem nie byłoby objęci takimi nowymi podatkami od usług cyfrowych, a małe polskie przedsiębiorstwa handlu elektronicznego byłyby zwolnione z podatku od usług cyfrowych (ponieważ ich łączne roczne przychody ze sprzedaży na całym świecie mogą być niższe niż minimalne progi przychodów), a także w gorszej sytuacji niż międzynarodowe platformy e-commerce, które świadczą usługi w Polsce, ale wcześniej zoptymalizowały swoje rozliczenia podatkowe i osiągnęły niższą niż Grupa średnią stawkę opodatkowania swoich zysków osiągniętych w Europie i będą płacić w Polsce jedynie nowy podatek od usług cyfrowych na takich samych zasadach jak Grupa.

Ponadto warto zauważyć, że rządy poszukują środków finansowych na pokrycie kosztów związanych z kryzysem wywołanym pandemią COVID-19. Przedsiębiorstwa cyfrowe, postrzegane jako zwycięzcy procesu cyfryzacji gospodarki, mogą znaleźć się na celowniku nowych podatków.

Grupa uważa, że nakładanie nowych podatków tego rodzaju na przedsiębiorstwa świadczące usługi cyfrowe, takie jak Grupa, których działalność koncentruje się w całości na rynku krajowym, jest nieuzasadnione, jednak nie może zapewnić, że jej wysiłki zmierzające do przekonania odpowiednich organów ustawodawczych w Unii Europejskiej lub w Polsce o zasadności zastrzeżeń Grupy zakończą się sukcesem. W związku z powyższym wszelkie przyszłe zmiany prowadzące do nałożenia podatku od usług cyfrowych w Polsce 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 któregokolwiek z tych zdarzeń, samodzielnie lub łącznie, może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

POLSKI RZĄD ZAPROPONOWAŁ WPROWADZENIE PODATKU OD PRZYCHODÓW Z DZIAŁALNOŚCI REKLAMOWEJ, W TYM Z REKLAM CYFROWYCH W INTERNECIE, CO, JEŚLI ZOSTANIE WPROWADZONE W ŻYCIĘ, MOŻE MIEĆ ISTOTNY NEGATYWNY WPŁYW NA ZYSKI, PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE I WZGLĘDNĄ POZYCJĘ KONKURENCYJNĄ GRUPY.

W lutym 2021 r. Ministerstwo Finansów opublikowało projekt ustawy wprowadzającej opłatę od konwencjonalnych usług reklamowych (w prasie, telewizji, kinie, na nośnikach zewnętrznych) oraz od usług reklamowych online. Opłaty te są naliczane od przychodów ze sprzedaży usług reklamowych określonych w projekcie ustawy, a zasady obliczania należnych kwot oraz definicja usług objętych opłatą zależą od tego, czy chodzi o reklamę konwencjonalną czy internetową. W przypadku reklam cyfrowych w Internecie projekt ustawy zakłada nałożenie opłaty na większe przedsiębiorstwa (o rocznych globalnych przychodach ze sprzedaży powyżej 750 mln EUR oraz o rocznych przychodach z usług reklamy internetowej w Polsce powyżej 5 mln EUR). Opłata ta wyniesie 5% przychodów z tytułu emisji reklam w Internecie w zakresie, w jakim dotyczą one reklam oglądanych przez konsumentów z Polski, bez względu na kraj siedziby podmiotu prawnego, który te przychody fakturuje. Proponowany termin wejścia w życie projektu ustawy to 1 lipca 2021 r., przy czym do dnia sporządzenia niniejszego sprawozdania formalny proces legislacyjny dotyczący tego projektu nie został jeszcze rozpoczęty.

Jeżeli projekt ustawy wejdzie w życie w proponowanym kształcie, Grupa ocenia, że dodatkowe koszty operacyjne związane z odprowadzeniem tej opłaty mogą wynieść co najmniej 27,3 mln PLN w okresie pierwszych dwunastu miesięcy i mogą okazać się wyższe w zależności od sposobu interpretacji przez organy podatkowe możliwości stosowania niektórych definicji w odniesieniu do niektórych strumieni naszych przychodów. Jeżeli Grupa będzie próbowała przenieść te dodatkowe koszty na swoich klientów korzystających z usług reklamowych, działanie takie może niekorzystnie wpłynąć na obecne szybkie tempo wzrostu naszych przychodów ze sprzedaży reklam.

Analogicznie, jeżeli dostawcy usług marketingu internetowego Grupy będą próbowali przerzucić te koszty z powrotem na Grupę, wówczas koszty marketingu prawdopodobnie wzrosną, zwrot z inwestycji marketingowych prawdopodobnie spadnie, co z kolei może przełożyć się na mniejszą liczbę wejść, transakcji i niższe przychody z działalności platformy handlowej. Ceneo, spółka z Grupy prowadząca porównywarkę cen, również byłaby zobowiązana do odprowadzania tej opłaty od większości swoich przychodów, co może pociągnąć za sobą dodatkowe koszty operacyjne w wysokości co najmniej 17,4 mln PLN w ciągu pierwszych dwunastu miesięcy od jej wprowadzenia.

Wiele z zastrzeżeń, które podniesiono w odniesieniu do ryzyka związanego z podatkiem od usług cyfrowych, można odnieść również do propozycji polskiej opłaty reklamowej. W proponowanym kształcie opłata ta nie stanowi kosztu uzyskania przychodu ani nie podlega odliczeniu od podatku dochodowego od osób prawnych, co sprawi, że przedsiębiorstwa, które będą musiały ją uiszczać, będą dyskryminowane pod względem obciążenia podatkowego w porównaniu z przedsiębiorstwami z innych sektorów. W związku z tym Grupa uważa, że znajdzie się w znacznie gorszej sytuacji niż segment tradycyjnej sprzedaży detalicznej, którego opłata ta bezpośrednio nie dotyczy. Ponadto opłata ta w obecnym kształcie nie przewiduje żadnych skutecznych środków umożliwiających polskim organom podatkowym egzekwowanie poboru i kontrolowanie deklaracji od podmiotów spoza Polski, takich jak międzynarodowe przedsiębiorstwa z branży e-commerce, firmy prowadzące wyszukiwarki internetowe i portale społecznościowe, które wystawiają faktury za swoje usługi reklamowe osobom prawnym spoza Polski. Grupa uważa, że w rezultacie powyższego znajdzie się w znacznie gorszej sytuacji pod względem obciążeń podatkowych niż międzynarodowi konkurenci z sektora e-commerce, z których wielu ma już znacznie niższą efektywną stopę podatkową niż Grupa, co jest wynikiem wieloletniego skutecznego transgranicznego planowania podatkowego, niedostępnego dla podmiotów prowadzących działalność w jednym kraju, i którzy obecnie płacą w Polsce niskie podatki.

Grupa zwraca uwagę, że w ramach konsultacji publicznych projektu ustawy wiele różnych stowarzyszeń przedsiębiorców przedstawiło negatywne stanowiska wobec proponowanych rozwiązań. Na chwilę obecną nie można ocenić, czy projekt ustawy o polskiej opłacie reklamowej ma szansę wejść w życie w proponowanym kształcie, z istotnymi zmianami, czy też w ogóle nie wejdzie w życie. Nie ulega jednak wątpliwości, że projekt ustawy w obecnym brzmieniu miałby istotny negatywny wpływ na zyski, przepływy pieniężne i względną pozycję konkurencyjną 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 zakwestionować 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 polskich 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.

POLSKIE INTERPRETACJE PODATKOWE MOGĄ BYĆ PODWAŻANE.

Polska stosuje system interpretacji podatkowych, które co do zasady chronią podatników lub płatników przed negatywnymi konsekwencjami podatkowymi ich działań, jeśli: (i) interpretację podatkową uzyskano przed datą powstania zobowiązania podatkowego lub przed czynnością będącą przedmiotem interpretacji, (ii) podatnik lub płatnik postępuje zgodnie z podejściem potwierdzonym w interpretacji podatkowej i (iii) sprawa będąca przedmiotem interpretacji podatkowej nie jest przedmiotem postępowania podatkowego wszczętego, prowadzonego lub zakończonego przez organy podatkowe w momencie złożenia wniosku o wydanie interpretacji podatkowej. Interpretacje podatkowe mogą chronić podatnika lub płatnika przed negatywnymi konsekwencjami podatkowymi tylko wówczas, jeśli fakty przedstawione w celu uzyskania interpretacji podatkowej prawdziwie i rzetelnie opisują rzeczywistą czynność będącą przedmiotem takiej interpretacji podatkowej i jej okoliczności.

Organy podatkowe mogą kontrolować fakty przedstawione przez podatnika lub płatnika i porównywać je z tym, co się następnie wydarzy. Jeśli uznają, że fakty są inne lub nieadekwatne, wtedy interpretacja podatkowa nie będzie chronić podatnika lub płatnika przed negatywnymi konsekwencjami podatkowymi. Grupa uzyskała w Polsce wiele indywidualnych interpretacji podatkowych i stosuje je w swoich bieżących rozliczeniach podatkowych. Nawet jeśli Grupa uważa, że fakty są należycie przedstawione do celów 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 POLSKICH PRZEPISÓW PODATKOWYCH DOTYCZĄCYCH OPODATKOWANIA INWESTORÓW 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.

Polski system prawny, a zwłaszcza polskie prawo podatkowe, charakteryzuje się częstymi zmianami, niejednoznacznością i niekonsekwentną praktyką stosowania prawa podatkowego; w związku z tym orzecznictwo dotyczące stosowania polskich przepisów prawa podatkowego jest często niekonsekwentne. Dotyczy to w szczególności kwestii związanych z opodatkowaniem dochodów wygenerowanych przez inwestorów w związku z nabyciem, posiadaniem i zbyciem akcji spółki zagranicznej dopuszczonej do zorganizowanego obrotu na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie jak w przypadku Akcji Oferowanych. W szczególności polskie przepisy dotyczące źródła dochodów mogą traktować dochody z Akcji Oferowanych jako uzyskane w Polsce i objęte opodatkowaniem polskim podatkiem dochodowym, chyba że ma zastosowanie odpowiednia umowa o unikaniu podwójnego opodatkowania, której stroną jest Polska i państwo rezydencji inwestora. Nie ma ponadto gwarancji, że nie zostaną wprowadzone niekorzystne zmiany przepisów podatkowych mających zastosowanie do inwestorów lub że organy podatkowe nie przyjmą odmiennej od dotychczas stosowanej interpretacji przepisów podatkowych, która okaże się dla nich niekorzystna, a każda z takich sytuacji może mieć

niekorzystny wpływ na efektywne obciążenie podatkowe i faktyczne zyski inwestorów z inwestycji w Akcje.

W związku z powyższymi czynnikami ryzyko związane z polskim prawem podatkowym może być większe niż w innych krajach. Ryzyko to może mieć istotny negatywny wpływ na Ofertę w Polsce.

ORGANY PODATKOWE PRZEPROWADZAJĄ OBECNIE KONTROLE PODATKOWE W GŁÓWNYCH SPÓŁKACH OPERACYJNYCH GRUPY, KTÓRE MOGĄ, PODOBNIEMO JAK WSZELKIE PRZYSZŁE KONTROLE PODATKOWE, WIAZAĆ SIĘ Z DODATKOWYMI KOSZTAMI DLA GRUPY.

Grupa zwraca uwagę na fakt, że zgodnie z publicznie dostępnymi informacjami kontrole podatkowe w Polsce w ostatnich latach są starannie ukierunkowane i coraz bardziej skuteczne. Kontrole były ukierunkowane w szczególności na dużych podatników lub podatników z poszczególnych sektorów gospodarki w oparciu o informacje uzyskane przez organy podatkowe ze standardowych plików kontrolnych, takich jak pliki JPK (jednolity plik kontrolny), które są polskim odpowiednikiem międzynarodowego standardu SAF-T służącego do elektronicznej wymiany wiarygodnych danych księgowych pomiędzy organizacjami a krajowymi organami podatkowymi. Od 1 lipca 2018 r. wszyscy polscy podatnicy są zobowiązani do przekazywania plików JPK na żądanie organów podatkowych w trakcie postępowania w sprawie podatku VAT, czynności sprawdzających lub kontroli podatkowych i celnych.

W ostatnim okresie polskie organy podatkowe koncentrowały się m.in. na rozliczeniach z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych 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 inter-

pretacje 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 w Grupie prowadzone są cztery odrębne kontrole podatkowe – dwie w spółce Ceneo.pl (dotyczące rozliczeń CIT za lata podatkowe 2016/2017 i 2018) oraz dwie w spółce Allegro.pl (dotyczące rozliczeń CIT za lata podatkowe 2016/2017 i 2018). Kontrole rozpoczęły się w grudniu 2020 r. i znajdują się w dalszym ciągu na etapie początkowym. 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 ZE WZGLĘDU NA

WYSOKI POZIOM NIEPEWNOŚCI WYNIKAJĄCY Z BRAKU WYTYCZNYCH W ZAKRESIE PODATKU VAT I CEŁ, JAK RÓWNIEŻ BRAKU TERMINOWEGO WPROWADZENIA LOKALNYCH PRZEPISÓW WYKONAWCZYCH.

1 lipca 2021 roku 27 państw członkowskich Unii Europejskiej wprowadzi nowe przepisy regulujące obowiązki w zakresie podatku VAT dla sprzedawców w handlu elektronicznym B2C oraz operatorów interfejsów elektronicznych, w tym platform handlowych. Unijny Pakiet VAT e-Commerce 2021 wprowadza znaczące zmiany, na podstawie których operatorzy interfejsów elektronicznych, w tym platform handlowych, którzy ułatwiają transgraniczną sprzedaż konsumentom za pośrednictwem stron trzecich, będą traktowani jako „domniemani dostawcy” i, w niektórych przypadkach, jako podmioty pobierające podatek VAT. Ten system pełnej odpowiedzialności sprawi, że operatorzy interfejsów elektronicznych, w tym platform handlowych, będą odpowiedzialni za naliczanie i pobieranie podatku VAT od transakcji z domniemanymi dostawcami.

Nowy system domniemania dostawcy będzie miał zastosowanie w przypadkach, gdy operator interfejsu elektronicznego, w tym danej platformy handlowej, ułatwia sprzedaż na odległość na zasadach B2C towarów importowanych z terytoriów trzecich lub państw trzecich w przesyłkach o rzeczywistej wartości nieprzekraczającej 150 EUR (692 PLN) lub dostawę towarów na terytorium Wspólnoty Europejskiej dokonywaną przez podatnika niemającego siedziby na terytorium Wspólnoty Europejskiej na rzecz osoby niebędącej podatnikiem. W niektórych przypadkach istnieje możliwość rezygnacji przez operatora interfejsu elektronicznego, w tym danej platformy rynkowej, z tego systemu i przeniesienia obowiązków w zakresie podatku VAT na firmę dostawczą sprzedawcy. Reforma VAT będzie miała jednak wpływ na wszystkie platformy z UE i spoza UE sprzedające towary i usługi online konsumentom europejskim, niezależnie od wykorzystywanego kanału sprzedaży.

Po wprowadzeniu nowych przepisów Grupa będzie musiała 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 zasady mogą nie zostać w pełni jasno sformułowane w czasie umożliwiającym Grupie ich odpowiednie wdrożenie lub też Grupa może być zmuszona do przyjęcia założeń dotyczących interpretacji zasad, które w późniejszym czasie mogą okazać się nieprawidłowe. Nowe regulacje mają charakter ogólny i są bezprecedensowe. Dla skutecznego wdrożenia nowych przepisów przez platformy, w tym przez Grupę, niezbędna jest pewność prawna i szczegółowe wytyczne. Dodatkowo wdrożenie unijnego Pakietu VAT e-Commerce 2021 wymaga od Grupy intensywnego i czasochłonnego opracowania rozwiązań informatycznych.

Unijny Pakiet VAT e-Commerce 2021 może mieć negatywny wpływ na praktyki Grupy w zakresie zgodności z przepisami oraz obowiązki w zakresie sprawozdawczości finansowej. Zmiana ta może mieć również negatywny wpływ na przepływy pieniężne Grupy (np. w przypadku płatności zaliczkowych z tytułu podatku VAT odprowadzanych przez Grupę do organów podatkowych). Jeżeli Grupie nie uda się odpowiednio zarządzać tymi czynnikami ryzyka lub jeżeli wystąpi co najmniej jeden z nich, może to mieć istotny niekorzystny wpływ na reputację, działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

GRUPA MOŻE BYĆ NARAŻONA NA WYSTĄPIENIE ZOBOWIĄZAŃ PODATKOWYCH PRZEKRACZAJĄCYCH JEJ PRZEWIDYWANIA.

Na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania obecność Grupy w jurysdykcjach poza granicami Polski 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 kupujących transakcji transgranicznych (w ramach modelu 3P). Grupa może jednak podlegać różnym formom opodatkowania lub obowiązkom 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 Grupy dokonywania subiektywnych ustaleń. Zmiany w przepisach podatkowych, ich interpretacji lub stosowaniu bądź zmiany wysokości podatków nakładanych na przedsiębiorstwa mogą spowodować w przyszłości wzrost obciążeń podatkowych Grupy. Jeżeli Grupie nie uda się odpowiednio zarządzać tymi czynnikami ryzyka lub jeżeli wystąpi co najmniej jeden z nich, może to mieć istotny niekorzystny wpływ na reputację, działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

GRUPA MIERZY SIĘ Z RYZYKIEM ZAKWESTIONOWANIA JEJ AKTYWNOŚCI I/ LUB TRANSAKCI W WYBRANYCH OBSZARACH W OPARCIU O KLAUZULĘ OGÓLNA PRZECIWKO UNIKANIU OPODATKOWANIA.

Przepisy dotyczące klauzuli GAAR mają zastosowanie do korzyści podatkowych uzyskanych po dacie ich wejścia w życie, w uzupełnieniu do istniejących przepisów dotyczących zwalczania nadużyć związanych z połączeniami, wydzieleniem spółek, kwalifikowanymi wymianami akcji i wypłatami dywidend zwolnionymi z podatku. Pod pewnymi warunkami organy podatkowe mogą również kontrolować przeszłe transakcje pod kątem przepisów GAAR. Przepisy GAAR pozwalają organom podatkowym na nieuznanie prawnie ważnej transakcji (relacji) do celów podatkowych, jeśli głównym celem tej transakcji było uniknięcie opodatkowania, gdzie „uniknięcie opodatkowania” jest interpretowane jako „czynność dokonana (lub szereg czynności dokonanych) przede wszystkim w celu osiągnięcia korzyści podatkowej, sprzecznej w danych okolicznościach z przedmiotem i celem przepisu ustawy podatkowej, jeżeli sposób działania był sztuczny”.

Sposób postępowania zostanie uznany za sztuczny, jeśli na podstawie istniejących okoliczności przyjmie się, że nie zostałby 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.PL NARAŻONA JEST NA RYZYKO ZWIĄZANE Z JEJ STATUSEM OPERATORA POCZTOWEGO.

Spółka Allegro.pl została niedawno uznana za operatora pocztowego i z tego tytułu jej działalność podlega szeregowi regulacji branżowych oraz bieżącemu nadzorowi ze strony polskiego organu odpowiedzialnego za regulację działalności operatorów pocztowych – Urzędu Komunikacji Elektronicznej („UKE”).

Dalszy rozwój tego segmentu działalności Grupy w wyniku inicjatyw mających na celu usprawnienie logistyki i innych usług świadczonych przez Grupę może wiązać się z koniecznością spełnienia dodatkowych wymogów regulacyjnych. Nieprzestrzeganie przez Grupę obowiązujących przepisów prawa i regulacji może skutkować nałożeniem kar pieniężnych, co może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

Otoczenie regulacyjne dotyczące usług pocztowych i kurierskich w Unii Europejskiej ulega obecnie zmianom i spodziewane są pewne propozycje nowych przepisów ogólnounijnych dotyczących, między innymi, transgranicznych, powszechnych usług pocztowych oraz wymogów w zakresie cyberbezpieczeństwa. Wszelkie takie zmiany regulacyjne mogą mieć bezpośredni wpływ na działalność Grupy lub wpływ pośredni poprzez jej dostawców. Grupa nie może ponadto wykluczyć, że w przyszłości na operatorów pocztowych, takich jak Allegro.pl, 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.pl 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 Ofertą i Akcjami

PRZEWIJDUJE SIĘ, ŻE LICZBA AKCJI W WOLNYM OBROcie POZOSTANIE OGRANICZONA PRZEZ OKRES CO NAJMNIEJ 180 DNI OD DNIA PIERWSZEGO NOTOWANIA ZE WZGLĘDU NA OBOWIĄZUJĄCE OGRANICZENIA ZBYWALNOŚCI AKCJI, CO MOŻE MIEĆ NEGATYWNY WPŁYW NA PŁYNNOŚĆ I CENĘ RYNKOWĄ AKCJI.

Przewiduje się, że bezpośrednio po zakończeniu oferty sprzedaży akcji Spółki na GPW w ramach pierwszej oferty publicznej co najmniej 18,26% wyemitowanych akcji Spółki będzie w publicznym posiadaniu inwestorów, którzy nie są objęci żadnymi ograniczeniami zbywalności akcji (przy założeniu, że nie zostanie wykonana Opcja Dodatkowego Przydziału). Akcjonariusze większościowi, tacy jak spółka Cidinan lub Permira, zawarli umowy dotyczące ograniczenia zbywalności akcji, zgodnie z którymi zobowiązali się do nierozporządzenia posiadanymi przez siebie akcjami Spółki przez okres 180 dni od daty pierwszego notowania akcji na giełdzie bez pisemnej zgody Globalnych Koordynatorów (zgodnie z definicją zawartą w prospekcie emisyjnym Spółki) (przy czym zgoda ta nie może być bezzasadnie wstrzymywana ani opóźniana) i z zastrzeżeniem pewnych zwyczajowo przyjętych wyjątków. Dalsze ustalenia dotyczące ograniczenia zbywalności akcji mają zastosowanie do Akcji będących w posiadaniu Dyrektorów, Menedżerów wyższego szczebla i innych członków kierownictwa oraz odbiorców akcji przyznanych w ramach Programu Motywacyjnego Allegro po przeprowadzeniu oferty sprzedaży akcji Spółki na GPW w ramach pierwszej oferty publicznej.

Dlatego też oczekuje się, że liczba akcji Spółki w wolnym obrocie pozostanie ograniczona w okresach obowiązywania takich ograniczeń zbywalności. Może to mieć negatywny wpływ na płynność akcji i może skutkować niskim wolumenem obrotu, co z kolei może negatywnie wpłynąć na obowiązujące w danym czasie ceny rynkowe akcji.

PRZYSZŁA SPRZEDAŻ LUB MOŻLIWOŚĆ PRZYSZŁEJ SPRZEDAŻY ZNAJCZNEJ LICZBY AKCJI PRZEZ AKCJONARIUSZY PO WYGAŚNIĘCIU OKRESU OGRANICZENIA ZBYWALNOŚCI AKCJI MOŻE MIEĆ ISTOTNY NEGATYWNY WPŁYW NA CENĘ RYNKOWĄ AKCJI.

Po upływie okresu ograniczenia zbywalności akcji, trwającego 180 dni od daty pierwszego notowania akcji Spółki na GPW („Data Pierwszego Notowania”) w przypadku akcjonariuszy większościowych Spółki oraz 360 dni od Daty Pierwszego Notowania w przypadku Wprowadzających Indywidualnych, akcjonariusze większościowi Spółki oraz Wprowadzający Indywidualni mogą sprzedać znaczną liczbę posiadanych przez siebie akcji na rynku publicznym. Na rynku może również powstać przekonanie, że taka sprzedaż może nastąpić w związku z wygaśnięciem obowiązującego okresu ograniczenia zbywalności Akcji lub odstąpieniem od niego. Ponadto 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 POLSKIM PODATKIEM W PRZYPADKU ICH OTRZYMANIA LUB UZYSKANIA PRZEZ OSOBY NIEBĘDĄCE POLSKIMI REZYDENTAMI PODATKOWYMI.

Inwestorzy, którzy nie mają miejsca zamieszkania na terytorium Polski, są zobowiązani do zapłaty podatku wyłącznie od dochodów uzyskanych na terytorium Polski (tj. od dochodów ze źródeł polskich). Dochody uzyskane na terytorium Polski obejmują, między innymi, dochody z papierów wartościowych i pochodnych instrumentów finansowych, które są dopuszczone do publicznego obrotu na terytorium Polski na regulowanym rynku giełdowym, w tym dochody uzyskane ze zbycia tych papierów wartościowych lub pochodnych instrumentów finansowych, oraz z realizacji praw wynikających z któregośkolwiek z powyższych.

Z uwagi na fakt, że akcje są przedmiotem obrotu na GPW, dywidendy i zyski ze zbycia Akcji mogą, w pewnych okolicznościach, podlegać opodatkowaniu w Polsce w przypadku ich otrzymania lub uzyskania przez osoby niebędące polskimi rezydentami podatkowymi. Dotyczy to przede wszystkim sytuacji, gdy pomiędzy Polską a krajem, w którym inwestor jest rezydentem podatkowym, nie ma zastosowania zwolnienie lub umowa o unikaniu podwójnego opodatkowania.



2.3. Kwestie regulacyjne

Wprowadzenie

Działalność Grupy podlega licznym przepisom prawa, zasadom i regulacjom kształtowanym zarówno przez prawodawstwo unijne, jak i polskie.

Wymogi regulacyjne, którym podlega działalność Grupy, mogą ulegać zmianom ze względu na ich ciągłe dostosowywanie na poziomie krajowym, europejskim i międzynarodowym. Nieprzestrzeganie przez Grupę któregokolwiek z tych przepisów może skutkować powstaniem odpowiedzialności cywilnej, nałożeniem nakazów administracyjnych, kar pieniężnych, a nawet sankcji karnych. Sytuacja taka może mieć również niekorzystny wpływ na reputację Grupy.

Poniżej przedstawiono wybrane informacje na temat niektórych aspektów otoczenia regulacyjno-prawnego, które odnoszą się do kluczowych obszarów działalności Grupy. Informacje te nie stanowią wyczerpującego ani pełnego opisu wymogów regulacyjnych i prawnych obowiązujących w danej jurysdykcji.

Nowelizacja Dyrektywy o usługach cyfrowych oraz planowany pakiet Aktu o usługach cyfrowych

W grudniu 2020 roku Komisja Europejska opublikowała dwa projekty regulacyjne mające znaczenie dla usług cyfrowych i platform e-commerce: Akt o usługach cyfrowych (Digital Services Act, DSA) oraz Akt o rynkach cyfrowych (Digital Markets Act, DMA), określanych wcześniej jako regulacje ex ante. Oba projekty regulacji 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.

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 użytkownika 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, akt ten może mieć zastosowanie do Allegro w przyszłości, zwłaszcza w przypadku kolejnych fuzji i przejęć lub w przypadku obniżenia kryteriów uznania za strażnika dostępu w procesie legislacyjnym.

Oczekuje się, że proces legislacyjny potrwa około 1,5 roku, ale może się przedłużyć, jeżeli nie uda się osiągnąć konsensusu. Powyższe akty prawne zaczną obowiązywać nie wcześniej niż w 2023 roku.

Możliwe nowe unijne ramy prawne dla sztucznej inteligencji

Komisja Europejska postrzega sztuczną inteligencję (SI) jako obszar o strategicznym znaczeniu i kluczowy czynnik rozwoju gospodarczego. Obecnie trwają dyskusje na temat europejskiego podejścia do SI, które mogą zaowocować zaproponowaniem i przyjęciem nowych regulacji ogólnounijnych, których wstępnie można się spodziewać w pierwszym kwartale 2021 roku. Regulacje te mogą zwiększyć wymagania w zakresie zgodności z przepisami w odniesieniu do algorytmicznego podejmowania decyzji i rozwoju rozwiązań opartych na uczeniu maszynowym.

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 maju 2018 r., określa ogólne ramy europejskiego systemu ochrony prywatności danych. Zgodnie z definicją zawartą w RODO dane osobowe obejmują informacje takie jak imię i nazwisko, numer identyfikacyjny, adres e-mail, dane dotyczące lokalizacji, identyfikatory internetowe, takie jak adresy protokołu internetowego i identyfikatory plików cookie lub wszelkie inne rodzaje informacji, na podstawie których można zidentyfikować żyjącą osobą fizyczną.

RODO określa, między innymi, następujące główne zasady i obowiązki, które mają zastosowanie w odniesieniu do Grupy i jej działalności:

- **Zgodność z prawem:** każdy przypadek wykorzystania/przetwarzania danych osobowych wymaga konkretnej podstawy prawnej. Wykorzystanie danych osobowych jest dozwolone, na przykład, w zakresie, w jakim jest to wymagane do wykonania umowy, jeśli dana osoba wyraziła na to swoją zgodę lub jeśli organizacja ma w tym uzasadniony interes.
- **Rzetelność i prawidłowość:** przetwarzanie danych osobowych musi odbywać się w sposób rzetelny, proporcjonalny i zgodny z celem, dla którego dane zostały pozyskane.
- **Przejrzystość:** osoby fizyczne muszą być informowane o przetwarzaniu ich danych osobowych.
- **Bezpieczeństwo:** wymagane jest wdrożenie odpowiednich środków technicznych i organizacyjnych w celu zapewnienia bezpieczeństwa danych osobowych.

- **Ograniczenie przechowywania:** dane osobowe nie mogą być przechowywane przez okres dłuższy niż jest to konieczne i powinny zostać usunięte po upływie tego okresu.

- **Prawa osób, których dane dotyczą:** RODO przyznaje osobom fizycznym szereg praw, takich jak:

- prawo dostępu do danych (uzyskania kopii swoich danych osobowych);
- prawo do sprostowania wszelkich nieprawidłowych danych osobowych;
- prawo do żądania usunięcia wszelkich danych osobowych, gdy nie są już potrzebne;
- prawo do przenoszenia danych (otrzymywania danych osobowych w ustrukturyzowanym formacie, aby mógł z nich korzystać inny usługodawca); oraz
- prawo do wniesienia sprzeciwu wobec wykorzystania danych osobowych w określonych sytuacjach.

- **Korzystanie z usług dostawców zewnętrznych:** w przypadku gdy dane osobowe są przetwarzane przez dostawcę usług (podmiot przetwarzający dane) w imieniu administratora danych, przetwarzanie to musi być regulowane umową między administratorem danych a podmiotem przetwarzającym dane. Takie umowy muszą zawierać określone klauzule obowiązkowe, takie jak np. klauzule dotyczące przedmiotu i czasu trwania przetwarzania, prawa do audytu, niezatrudniania innych dostawców zewnętrznych bez uzyskania zgody itd.

- **Naruszenia ochrony danych osobowych:** w zależności od rodzaju naruszenia może zaistnieć potrzeba poinformowania właściwego organu nadzorczego lub osoby, której dane dotyczą, o naruszeniu ochrony danych osobowych w ciągu 72 godzin od powzięcia wiadomości o takim naruszeniu.

- **Prowadzenie dokumentacji:** organizacje muszą prowadzić dokumentację zawierającą opis wszystkich działań związanych z przetwarzaniem danych.

- **Przekazywanie danych osobowych do podmiotów spoza EOG** podlega szczególnym wymogom.

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 jest polska ustawa z dnia 10 maja 2018 r. o ochronie danych osobowych oraz szereg innych aktów 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 udzieliли 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).
- **Analiza aktywności użytkowników:** Technologie analizy aktywności w Internecie, takie jak pliki cookie lub narzędzia śledzące (np. Google Analytics), umożliwiają operatorowi strony internetowej personalizację ofert i działań marketingowych w celu lepszego dopasowania ich do zainteresowań użytkowników. Choć większość narzędzi do analizy aktywności w Internecie dokonuje anonimizacji lub pseudonimizacji zebranych danych i nie pozwala na późniejsze przypisanie danych do poszczególnych osób, których dane dotyczą, korzystanie z takich narzędzi może mimo wszystko być obwarowane przepisami dotyczącymi ochrony prywatności danych. Na przykład wykorzystywanie plików cookie jest regulowane dyrektywą o prywatności i łączności elektronicznej, która przewiduje system dobrowolnego wyboru (opt-in), zgodnie z którym stosowanie plików cookie wymaga świadomej zgody użytkownika strony internetowej.

Cyberbezpieczeństwo

System cyberbezpieczeństwa w UE został zharmonizowany na mocy Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/1148 z dnia 6 lipca 2016 r. w sprawie środków na rzecz wysokiego wspólnego poziomu bezpieczeństwa sieci i systemów informatycznych na terytorium Unii („Dyrektywa NIS”), która weszła w życie 8 sierpnia 2016 r. Dyrektywa NIS nakłada na „operatorów usług kluczowych” w sektorach infrastruktury krytycznej, takich jak sektor energetyczny, transportowy lub bankowy, jak również na „dostawców usług cyfrowych” (np. internetowe platformy handlowe), obowiązek dokładnego przeglądu istniejących mechanizmów bezpieczeństwa sieci, wdrożenia „najnowocześniejszych” środków bezpieczeństwa, które zapewnią poziom bezpieczeństwa ich infrastruktury dostosowany do ryzyka, na jakie narażony jest dany podmiot, jak również ustanowienia odpowiednich środków powiadomiania w celu niezwłocznego 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 2020 roku Komisja Europejska opublikowała projekt dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie środków na rzecz wysokiego wspólnego poziomu cyberbezpieczeństwa na terytorium Unii, uchylającej Dyrektywę NIS. Na obecnym etapie projekt ten nie przewiduje większych zmian w zakresie obowiązków Grupy związanych z cyberbezpieczeństwem. Warto zwrócić uwagę, że operatorzy pocztowi są objęci zakresem dyrektywy NIS jako istotne podmioty, co może pociągać za sobą dodatkowe obowiązki związane z zapewnieniem bezpieczeństwa usług.

Ochrona konkurencji i konsumentów

Ze względu na charakter swojej działalności Grupa podlega różnym regulacjom w zakresie ochrony konkurencji i konsumentów.

OCHRONA KONKURENCJI

Praktyki ograniczające konkurencję (porozumienia antykonkurencyjne i nadużywanie pozycji dominującej) są zakazane na mocy ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów oraz TFUE. Ochrona konkurencji jest prowadzona na szczeblu europejskim przez Komisję Europejską, a na szczeblu krajowym przez Prezesa UOKiK. Prezes UOKiK ma również prawo do bezpośredniego stosowania unijnego prawa konkurencji (art. 101 i 102 TFUE), jeżeli naruszenie wpływa na wymianę handlową między państwami członkowskimi UE.

Art. 6 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazuje zawierania między przedsiębiorcami (lub związkami przedsiębiorców) porozumień/uzgodnionych praktyk, których celem lub skutkiem jest wyeliminowanie, ograniczenie lub naruszenie konkurencji w inny sposób. Ustawa wymienia przykłady nadużywania pozycji dominującej obejmujące w szczególności przypadki działań polegających na:

- ustalaniu, bezpośrednio lub pośrednio, cen i innych warunków zakupu lub sprzedaży towarów;
- ograniczaniu lub kontrolowaniu produkcji lub zbytu oraz postępu technicznego lub inwestycji;
- podziale rynków zbytu lub zakupu;
- stosowaniu w podobnych transakcjach z osobami trzecimi odmiennych lub uciążliwych warunków umów, co stawia te osoby w niekorzystnej sytuacji konkurencyjnej;
- uzależnianiu zawarcia umowy od przyjęcia lub spełnienia przez drugą stronę innego świadczenia, niemającego rzeczowego ani zwyczajowego związku z przedmiotem umowy;
- ograniczaniu dostępu do rynku lub eliminowaniu z rynku przedsiębiorców nieobjętych porozumieniem; oraz
- uzgadnianiu przez przedsiębiorców przystępujących do przetargu lub przez tych przedsiębiorców i przedsiębiorcę będącego organizatorem przetargu warunków składanych ofert, w szczególności zakresu prac lub ceny (zmowa przetargowa).

Art. 9 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazuje nadużywania pozycji dominującej na rynku właściwym. Przedsiębiorstwo posiada pozycję dominującą, jeżeli umożliwia mu ona przeciwdziałanie skutecznej konkurencji na rynku właściwym oraz działanie w sposób w znacznym stopniu niezależny od jego konkurentów, kontrahentów i konsumentów. W Polsce obowiązuje domniemanie, że przedsiębiorca posiada pozycję dominującą, jeżeli jego udział w rynku przekracza 40% (strona może obalić to domniemanie).

Ustawa wymienia przykłady takich naruszeń obejmujące w szczególności przypadki działań polegających na:

- bezpośrednim lub pośrednim narzucaniu nieuczciwych cen, w tym cen nadmiernie wygórowanych albo rażąco niskich, odległych terminów płatności lub innych nieuczciwych warunków zakupu albo sprzedaży towarów;
- ograniczeniu produkcji, zbytu lub postępu technicznego ze szkodą dla klientów lub konsumentów;
- stosowaniu w podobnych transakcjach z osobami trzecimi odmiennych lub uciążliwych warunków umów, co stawia te osoby w niekorzystnej sytuacji konkurencyjnej;
- uzależnianiu zawarcia umowy od przyjęcia lub spełnienia przez drugą stronę innego świadczenia, niemającego rzeczowego ani zwyczajowego związku z przedmiotem umowy;
- przeciwdziałaniu kształtowaniu się warunków niezbędnych do powstania bądź rozwoju konkurencji;
- narzucaniu przez przedsiębiorcę uciążliwych warunków umów przynoszących mu nieuzasadnione korzyści; oraz
- podziale rynku według kryteriów terytorialnych, asortymentowych lub podmiotowych.

OCHRONA KONSUMENTÓW

Zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów Prezes UOKiK, działając w interesie publicznym, jest odpowiedzialny za realizację polityki ochrony konsumentów. Prezes UOKiK prowadzi postępowania dotyczące (i) praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów oraz (ii) klauzul abuzywnych we wzorcach umów zawieranych z konsumentami. Grupa musi również przestrzegać szeregu przepisów dotyczących ochrony konsumentów ustanowionych na poziomie UE.

Art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazuje stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów [tj. praktyk będących działaniami sprzecznymi z prawem (naruszającymi prawo lub dobre praktyki) przedsiębiorcy, których skutkiem jest naruszenie interesów nieoznaczonej liczby konsumentów]. Ustawa wymienia przykłady takich naruszeń obejmujące w szczególności:

- naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji;
- nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji; oraz
- proponowanie konsumentom nabycia usług finansowych, które nie odpowiadają potrzebom tych konsumentów ustalonym z uwzględnieniem dostępnych przedsiębiorcy informacji w zakresie cech tych konsumentów lub proponowanie nabycia tych usług w sposób nieadekwatny do ich charakteru (tzw. misselling).

Prezes UOKiK prowadzi również postępowania mające na celu ustalenie, czy wzorce umów zawieranych z konsumentami zawierają klauzule abuzywne i czy należy wprowadzić zakaz stosowania takich klauzul (art. 23a ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów).

POTENCJALNE SANKCJE ZA NARUSZENIE PRZEPISÓW O OCHRONIE KONKURENCJI I KONSUMENTÓW

Prezes UOKiK może wydać decyzję i nałożyć na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości do 10% jego obrotu osiągniętego w roku poprzedzającym nałożenie kary m.in. za (i) naruszenie polskiego (lub unijnego) prawa ochrony konkurencji, (ii) uznanie danej praktyki za naruszającą zbiorowe interesy konsumentów lub (iii) uznanie postanowień zawartych we wzorcu umowy za abuzywne. Prezes UOKiK może również (i) wyegzekwować zaniechanie stosowania praktyki/klauzuli abuzywnej i/lub (ii) nakazać przedsiębiorcy usunięcie skutków naruszenia. Dodatkowo jeśli spółka nie zastosuje się do decyzji Prezesa UOKiK, Prezes UOKiK może nałożyć na nią karę pieniężną w wysokości do 10 000 EUR (ok. 46 148 PLN) za każdy dzień zwłoki.

Prezes UOKiK może również nałożyć na osoby fizyczne (osoby zarządzające) karę pieniężną w wysokości do 2,0 mln PLN w przypadku stwierdzenia, że przyczyniły się one w sposób umyślny do naruszenia przepisów o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (z wyjątkiem zmywy przetargowej, która stanowi przestępstwo), do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów lub do stosowania abuzywnych klauzul umownych (do 5,0 mln PLN w sprawach konsumenckich w sektorze finansowym). Sankcja ta nie może być nałożona na osoby fizyczne w przypadku stwierdzenia nadużycia pozycji dominującej.

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

W szczególnych okolicznościach ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów przewiduje możliwość zakończenia postępowania w drodze decyzji o nałożeniu zobowiązania. Spółka może zaproponować realizację zobowiązania, które pozwoli jej wyeliminować daną praktykę lub jej skutki, a Prezes UOKiK, uznając, że zaproponowane zobowiązanie pozwoli jej osiągnąć te cele, może nałożyć, w drodze decyzji administracyjnej, obowiązek realizacji tego zobowiązania. Tym samym spółka unika kar pieniężnych za naruszenie przepisów.

Prezes UOKiK może we wszystkich postępowaniach nałożyć na spółkę karę pieniężną w wysokości do 50,0 mln EUR (ok. 230,7 mln PLN) za nieudzielenie

informacji, udzielenie nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd informacji lub za brak współpracy podczas kontroli lub dochodzeń prowadzonych przez Prezesa UOKiK w związku z postępowaniem.

Ponadto KE jest uprawniona do nakładania kar pieniężnych w wysokości do 10% obrotu danego przedsiębiorstwa w ostatnim roku obrotowym za naruszenie unijnych reguł konkurencji. Ten 10-procentowy limit może być również ustalany na podstawie obrotów grupy, do której należy dana spółka.

Grupa może być narażona na roszczenia odszkodowawcze z powództwa cywilnego w związku z domniemanym lub faktycznym naruszeniem prawa o ochronie konkurencji lub konsumentów. Postępowanie odszkodowawcze może być wszczęte na podstawie samodzielnego powództwa lub na podstawie powództwa będącego następstwem decyzji o egzekwowaniu na drodze publicznej, np. decyzji Prezesa UOKiK lub KE. Aby zapewnić skuteczną egzekucję takich roszczeń, w ostatnich latach w całej Unii Europejskiej opracowywano ramy prawne w zakresie egzekwowania prawa na drodze prywatnoprawnej w celu m.in. wprowadzenia dyrektywy harmonizującej przepisy dotyczące wielu kwestii pojawiających się w roszczeniach o naprawienie szkody spowodowanej naruszeniem zasad konkurencji oraz wprowadzenia mechanizmów zbiorowego dochodzenia roszczeń. Ramy te mają na celu wzmocnienie pozycji osób prywatnych występujących z roszczeniami o odszkodowanie poprzez usunięcie przeszkód materialnych i proceduralnych utrudniających im udowodnienie naruszenia i uzyskanie odszkodowania.

POTENCJALNE PLANOWANE ZMIANY USTAWY O OCHRONIE KONKURENCJI I KONSUMENTÓW

W styczniu 2021 r. Prezes UOKiK zaproponował wprowadzenie zmian w polskiej ustawie o ochronie konkurencji i konsumentów mających na celu wdrożenie przepisów Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/1 z dnia 11 grudnia 2018 r. mającej na celu nadanie organom ochrony konkurencji państw członkowskich uprawnień w celu skuteczniejszego egzekwowania prawa i zapewnienia należytego funkcjonowania rynku wewnętrznego. Zmiany obejmują m.in.:

- Nowe uprawnienia Prezesa UOKiK (i) do nakładania kar pieniężnych za naruszenie przepisów antymonopolowych nie tylko na bezpośredniego sprawcę naruszenia, ale także na kontrolującą go spółkę dominującą i osoby nią zarządzające oraz (ii) do nakładania środków zaradczych o charakterze strukturalnym.
- Kara za naruszenie prawa antymonopolowego może być obliczana z uwzględnieniem obrotów całej grupy kapitałowej, do której należy podmiot dopuszczający się naruszenia;
- Kara za naruszenie przepisów antymonopolowych nałożona na związek przedsiębiorstw może być obliczona z uwzględnieniem obrotów wszystkich jego członków, którzy w niektórych przypadkach ponoszą solidarną odpowiedzialność za jej uiszczenie.
- Ograniczenie zakresu tajemnicy adwokackiej/radcy prawnego.
- Zawieszenie biegu terminu przedawnienia przez wszelkie działania dochodzeniowe UOKiK związane z daną sprawą.

Ogólne przepisy UE dotyczące ochrony konsumentów

Podmioty prowadzące sprzedaż detaliczną przez Internet, które oferują swoje towary i usługi konsumentom, muszą przestrzegać szeregu przepisów dotyczących ochrony konsumentów. W całej Unii

Europejskiej kwestie związane z ochroną konsumentów są obszernie uregulowane na podstawie, między innymi, następujących dyrektyw UE:

- Dyrektywa Rady 93/13/EWG z dnia 5 kwietnia 1993 r. w sprawie nieuczciwych warunków w umowach konsumenckich;
- Dyrektywa 1999/44/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 25 maja 1999 r. w sprawie niektórych aspektów sprzedaży towarów konsumpcyjnych i związanych z tym gwarancji;
- Dyrektywa 2000/31/WE o handlu elektronicznym;
- Dyrektywa 2002/58/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 12 lipca 2002 r. dotycząca przetwarzania danych osobowych i ochrony prywatności w sektorze łączności elektronicznej (Dyrektywa o prywatności i łączności elektronicznej);
- Dyrektywa 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 11 maja 2005 r. dotycząca nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym (Dyrektywa o nieuczciwych praktykach handlowych);
- Dyrektywa 2011/83/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów („Dyrektywa w sprawie praw konsumentów”), która z dniem 13 czerwca 2014 r. zastąpiła dyrektywę 97/7/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 20 maja 1997 r. w sprawie ochrony konsumentów w przypadku umów zawieranych na odległość; oraz
- Dyrektywa Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/2161 z dnia 27 listopada 2019 r. zmieniająca dyrektywę Rady 93/13/EWG i dyrektywę Parlamentu Europejskiego i Rady 98/6/WE, 2005/29/WE oraz 2011/83/UE w odniesieniu do lepszego egzekwowania i unowocześnienia unijnych przepisów dotyczących ochrony konsumenta. Lokalne przepisy wdrażające tę dyrektywę zostaną przyjęte i opublikowane do dnia 28 listopada 2021 r. i wejdą w życie z dniem 28 maja 2022 r.

Powyższe dyrektywy UE w sprawie ochrony konsumentów oraz przepisy krajowe, które wdrażają lub uzupełniają te dyrektywy, nakładają na podmioty prowadzące sprzedaż detaliczną przez Internet rozległe obowiązki i odpowiedzialność, w tym m.in.:

- Zakupy dokonywane przez Internet stanowią „umowy zawierane na odległość”, które podlegają szczególnym zasadom w zakresie ochrony konsumentów. Zgodnie z dyrektywą o prawach konsumentów, ze skutkiem od dnia 13 czerwca 2014 r., konsumentom przysługuje ustawowe prawo odstąpienia od umowy zawartej na odległość w terminie 14 dni od dnia otrzymania towaru (lub w terminie dwunastu miesięcy i 14 dni od dnia otrzymania towaru, jeżeli konsument nie został prawidłowo poinformowany o ustawowym prawie odstąpienia od umowy). Odstąpienie od umowy musi być dokonane poprzez wyraźne oświadczenie złożone sprzedawcy (np. w formie pisemnej, mailowej lub telefonicznej). Odesłanie towaru bez dodatkowych uwag przestało być równoznaczne z ważnym oświadczeniem o odstąpieniu od umowy. W przypadku skorzystania z ustawowego prawa do odstąpienia od umowy kupujący musi zwrócić towar w ciągu 14 dni, a sprzedający musi zwrócić cenę zakupu wraz z kosztami wysyłki (jeżeli wystąpią), z tym że sprzedający nie musi zwracać kosztów dodatkowych, jeżeli konsument w sposób jednoznaczny wybrał inny rodzaj dostawy niż najtańszy rodzaj standardowej dostawy oferowany przez sprzedającego (np. dostawę ekspresową). Kupujący natomiast musi ponieść koszty zwrotu towaru, chyba że sprzedający nie poinformował o tym kupującego lub sprzedający jednoznacznie wyraził zgodę na pokrycie tych kosztów. Kupujący musi również zwrócić towar, jeżeli utrata ta wynika ze sposobu obchodzenia się przez kupującego z towarami, który nie był konieczny do zbadania stanu, cech i funkcjonalności towarów, a sprzedający poinformował kupującego o ustawowym prawie do odstąpienia od umowy.
- Podmioty prowadzące sprzedaż detaliczną przez Internet muszą przestrzegać obszernych i sformalizowanych wymogów w zakresie udzielania informacji. Muszą one udzielać swoim (potencjalnym) klientom szczegółowych i dokładnych informacji, m.in. na temat oferowanych towarów, spos-

obu zawarcia wiążącej umowy, ceny i szczegółów płatności, zasad zwrotu towarów, ustawowego prawa do odstąpienia od umowy (bez względu na to, czy podmioty prowadzące sprzedaż detaliczną przez Internet oferują korzystniejsze zasady zwrotu towarów w ramach swoich ogólnych warunków sprzedaży oraz niezależnie od możliwości skorzystania z rękojmi). Dyrektywy unijne i przepisy krajowe określają szczegółowe kryteria dotyczące tego kiedy, gdzie i za pomocą jakich środków należy udzielać tych informacji. Podmioty prowadzące sprzedaż detaliczną przez Internet muszą uwzględnić te wymogi w projekcie i strukturze swoich sklepów internetowych, w procesach zamawiania i płatności oraz w systemach dostaw. Ze względu na zmiany w przepisach podmioty prowadzące sprzedaż detaliczną przez Internet muszą na bieżąco dostosowywać projekt swojego sklepu. Na przykład w związku z dyrektywą o prawach konsumenta musiały one wdrożyć „rozwiązanie polegające na kliknięciu przycisku”, zgodnie z którym wiążący zakup można sfinalizować jedynie poprzez kliknięcie przycisku wyraźnie oznaczonego jako „kup teraz” (lub podobnego), który znajduje się w bezpośrednim sąsiedztwie podsumowania określonych kluczowych informacji dotyczących zakupu. Nieprzestrzeganie tych wymogów informacyjnych może skutkować odpowiedzialnością cywilnoprawną, nałożeniem nakazów administracyjnych (w tym nakazów sądowych) lub grzywnien, a w niektórych przypadkach może prowadzić do wydłużenia okresów gwarancyjnych lub nawet do unieważnienia umów z klientami, których te naruszenia dotyczą.

- Działania reklamowe, w tym gry promocyjne, newslettery i spersonalizowane rekomendacje produktów, są ściśle regulowane, w szczególności jeśli są one rozpowszechniane za pośrednictwem poczty elektronicznej. Reklama nie może wprowadzać w błąd, być nadmiernie uciążliwa ani stanowić formy nękania, przymusu lub bezprawnego nacisku. Kryteria te pozostawiają szerokie pole do interpretacji, a sposób ich oceny przez sądy i inne właściwe organy jest często trudny do przewidzenia.

Powyższe dyrektywy zostały wdrożone zgodnie z polskim kodeksem cywilnym z dnia 23 kwietnia 1964 r., polską ustawą o prawach konsumenta z dnia 30 maja 2014 r. oraz innymi aktami prawnymi. W przeszłości ustawodawstwo dotyczące ochrony konsumentów podlegało częstym nowelizacjom i w nadchodzących latach przepisy te również mogą ulec zmianie.

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 klientów, wycofać produkty, które już zostały dostarczone klientom 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 pro-

duktów 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.

Warto odnotować, że Komisja Europejska zapowiedziała aktualizację Dyrektywy w sprawie bezpieczeństwa produktów, która jest planowana na drugi kwartał 2021 roku. Ze względu na istotną rolę, jaką odgrywają internetowe platformy handlowe w dystrybucji towarów możliwe jest wprowadzenie dodatkowych obowiązków i ewentualnej odpowiedzialności w tym zakresie.

Usługi pocztowe

W ramach rozwoju działalności usługowej Grupy w dniu 16 kwietnia 2020 r. spółka Allegro.pl 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.

Ileokroć 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.pl, 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.pl.

Dyrektywa o usługach pocztowych jest obecnie poddawana ocenie, tak aby w 2021 r. odzwierciedlała ona zmiany na rynku usług pocztowych, w tym szybki rozwój sektora e-commerce.

Wprowadzanie do obrotu i używanie prekursorów materiałów wybuchowych

Zgodnie z nowym rozporządzeniem (UE) 2019/1148 z dnia 20 czerwca 2019 r. w sprawie wprowadzania do obrotu i stosowania prekursorów materiałów wybuchowych, zmieniającym rozporządzenie (WE) nr 1907/2006 i uchylającym rozporządzenie (UE) nr 98/2013, które weszło w życie w lutym 2021 roku, internetowe platformy handlowe, takie jak my, 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); oraz
- 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 bezpośrednio zastosowanie w odniesieniu do Grupy. Spółka Allegro Finance sp. z o.o. jest zarejestrowana jako „mała instytucja płatnicza” („MIP”), a w późniejszym terminie może zostać również rozpatrzony wniosek o przyznanie licencji „krajowej instytucji płatniczej” („KIP”) w Polsce. Opis licencji MIP i KIP znajduje się poniżej.

Usługi płatnicze w Polsce są regulowane i co do zasady spółki podejmujące taką działalność muszą uzyskać zezwolenie KNF, w którym KNF wskazuje usługi płatnicze, do świadczenia których uprawniona jest dana instytucja płatnicza.

Na poziomie krajowym usługi płatnicze regulowane są przede wszystkim przez Ustawę z dnia 19 sierpnia 2011 r. o usługach płatniczych (Dz. U. z 2020 r. poz. 794, z późn. zm.) („UUP”). UUP zawiera przepisy, które wdrażają do prawa krajowego postanowienia Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/2366 z dnia 25 listopada 2015 r. w sprawie

usług płatniczych w ramach rynku wewnętrznego, zmieniającej dyrektywy 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.

W przypadku MIP będącej dostawcą usługi dostępu do informacji o rachunku (świadczącej wyłącznie usługę dostępu do informacji o rachunku, „AISP”) oraz biurem usług płatniczych licencja KNF nie jest wymagana, jednak, z wyjątkiem AISP, podmioty te mogą wykonywać swoją działalność wyłącznie na terytorium Polski i po uzyskaniu wpisu do rejestru prowadzonego przez KNF. Działalność MIP, AISP oraz biur usług płatniczych jest „działalnością regulowaną” w rozumieniu ustawy z dnia 6 marca 2018 r. Prawo przedsiębiorców (tekst jednolity: Dz.U. z 2021 r. poz. 162 z późn. zm.), co zasadniczo oznacza, że podjęcie tej działalności może nastąpić wyłącznie po uzyskaniu wpisu do rejestru i złożeniu oświadczenia o spełnianiu wymogów dla takiej działalności określonych we właściwym akcie prawnym (w tym przypadku UUP).

W przypadku MIP obowiązują pewne ograniczenia co do maksymalnej kwoty środków na użytkownika oraz rodzajów usług płatniczych, które MIP może świadczyć, a ponadto średnia łączna kwota transakcji płatniczych za poprzednie dwanaście miesięcy dokonanych przez MIP, w tym za pośrednictwem agentów, nie może przekroczyć kwoty stanowiącej równowartość 1,5 mln EUR miesięcznie. MIP jest nadzorowana przez KNF, w związku z czym mogą spoczywać na niej obowiązki sprawozdawcze i inne wynikające z przepisów UUP.

KIP, MIP, biura usług płatniczych oraz oddziały unijnych instytucji płatniczych są m.in. podmiotami uznawanymi za „podmioty zobowiązane” (instytucje) w rozumieniu ustawy z dnia 1 marca 2018 r. o przeciwdziałaniu praniu pieniędzy oraz finansowaniu terroryzmu (tekst jednolity – Dz. U. z 2020 r. poz. 971, z późn. zm.) i w związku z tym mają do nich

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). Celem projektu 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.

[4] Wniosek dotyczący rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie operacyjnej odporności cyfrowej sektora finansowego i zmieniające rozporządzenia (WE) nr 1060/2009, (UE) nr 648/2012, (UE) nr 600/2014 oraz (UE) nr 909/2014

USŁUGI OUTSOURCINGU

W celu ułatwienia współpracy pomiędzy bankami i dostawcami usług płatniczych a użytkownikami platformy e-commerce Grupa świadczy określone usługi na rzecz banków i dostawców usług płatniczych, co stanowi outsourcing kwalifikowany regulowany odpowiednio przepisami ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. Prawo bankowe (tekst jednolity: Dz. U. z 2019 r., poz. 1357, z późn. zm.) oraz UUP.

Działalność Grupy w tym zakresie może podlegać nadzorowi ze strony KNF.

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

Komisja Europejska rozważy aktualizację tej dyrektywy w ramach Europejskiego Zielonego Ładu, którego celem jest osiągnięcie przez UE neutralności klimatycznej do 2050 r. Osiągnięcie tego celu będzie wymagało działań ze strony wszystkich sektorów gospodarki, w tym inwestycji w technologie przyjazne dla środowiska, wspierające innowacyjność przemysłu. Może to oznaczać nałożenie dodatkowych obowiązków na podmioty prowadzące handel detaliczny oraz ewentualnie na inne podmioty.

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 dwa lata od tej daty.

Zmienione tymczasowe zasady kontroli inwestycji zagranicznych („Zasady kontroli BIZ”) zostały wprowadzone w związku z potencjalnym negatywnym wpływem pandemii COVID-19 na wycenę polskich przedsiębiorstw. Każda transakcja wchodząca w zakres Zasad kontroli BIZ będzie podlegała obowiązkowi zgłoszenia do Prezesa UOKiK, który ma prawo wyrazić sprzeciw wobec planowanej transakcji.

Zasady kontroli BIZ będą miały zastosowanie do wszystkich spółek notowanych na GPW, które mają siedzibę na terytorium Polski i których przychody ze sprzedaży towarów lub usług w Polsce w dowolnych dwóch latach obrotowych poprzedzających zgłoszenie wyniosły co najmniej 10,0 mln EUR (46,1 mln PLN). Z uwagi na fakt, że Spółka jest zarejestrowana w Luksemburgu, szereg ograniczeń wynikających z Zasad kontroli BIZ nie będzie mieć zastosowania w odniesieniu do obrotu akcjami Spółki.

Jednakże Zasady kontroli BIZ mogą mieć zastosowanie do niektórych polskich spółek operacyjnych Grupy ze względu na ich działalność związaną z oprogramowaniem. W takim przypadku pośrednie uzyskanie pozycji dominującej nad takimi polskimi spółkami operacyjnymi (w tym poprzez uzyskanie pozycji dominującej nad Grupą) przez Inwestora Zagranicznego (zdefiniowanego poniżej) będzie transakcją podlegającą zgłoszeniu zgodnie z Zasadami kontroli BIZ.

Inwestor zagraniczny

Zgodnie z Zasadami kontroli BIZ „Inwestorem zagranicznym” będzie:

- w przypadku osób fizycznych – osoba, która nie jest obywatelem państwa członkowskiego UE/EOG/OECD; oraz
- w przypadku innych podmiotów – podmiot, który nie ma siedziby w państwie członkowskim UE/EOG/OECD lub nie miał siedziby w państwie członkowskim UE/EOG/OECD przez co najmniej dwa lata.

W przypadku inwestycji pośrednich (np. poprzez spółki zależne lub spółki celowe) podmiot znajdujący się (lub osoba znajdująca się) na szczycie struktury grupy Inwestorów Zagranicznych jest rozpatrywany/-a zgodnie z powyższymi kryteriami. Podobnie w przypadku inwestycji dokonywanych przez podmioty zarządzające portfelem lub innych agentów pod uwagę brany jest zleceniodawca.

Zgłoszenie

Zgłoszenia należy dokonać przed zawarciem umowy przedwstępnej zobowiązującej inwestora do dokonania nabycia lub, w przypadku nabycia spółki notowanej na GPW w drodze publicznego wezwania na akcje, przed ogłoszeniem wezwania.

Po dokonaniu zgłoszenia Inwestor Zagraniczny może podpisać umowę przedwstępną lub ogłosić wezwanie, co będzie uzależnione od uzyskania zgody Prezesa UOKiK.

Terminy

Po otrzymaniu zgłoszenia Prezes UOKiK ma 30 dni roboczych na (i) wyrażenie zgody na transakcję lub (ii) wszczęcie postępowania kontrolnego. Postępowanie kontrolne może trwać do 120 dni kalendarzowych (przy czym upływ tego terminu zostaje wstrzymany w każdym przypadku, gdy UOKiK zwróci się o dodatkowe informacje, więc w praktyce rzeczywisty termin może być znacznie dłuższy).

Uzasadnienia dla braku zgody

Prezes UOKiK może nie wyrazić zgody na transakcję, jeżeli:

- inwestor nie wypełni zgłoszenia w całości lub nie dostarczy dodatkowych informacji/dokumentów/wyjaśnień, o które zwrócił się Prezes UOKiK; lub
- transakcja prowadzi do co najmniej potencjalnego zagrożenia dla porządku, bezpieczeństwa lub zdrowia publicznego;
- niemożliwym jest ustalenie, czy inwestor ma siedzibę w państwie członkowskim UE/EOG/OECD (lub obywatelstwo takiego państwa); lub
- transakcja mogłaby mieć negatywny wpływ na projekty lub programy leżące w interesie UE.

Konsekwencje braku zgodności z przepisami

Każda transakcja przeprowadzona z naruszeniem Zasad kontroli BIZ (bez zgłoszenia lub bez zgody) będzie nieważna, a inwestor nie będzie mógł wykonywać swoich praw (w tym prawa głosu) z nabytych udziałów lub akcji. W przypadku przejęcia kontroli nad spółką dominującą polskiego podmiotu chronionego zastosowanie będzie miała tylko ostatnia sankcja.

Inwestycja dokonana bez uzyskania zgody jest przestępstwem podlegającym karze pozbawienia wolności od 6 miesięcy do lat 5 oraz grzywnie do 50 mln PLN.

Ponadto każdy, kto zarządza spółką zależną lub wykonuje prawo głosu w imieniu Inwestora zagranicznego, który nie powiadomi Prezesa UOKiK o inwestycji zagranicznej określonego rodzaju (np. o połączeniu transgranicznym poza granicami Polski) podlega grzywnie do 5 mln PLN, karze pozbawienia wolności od 6 miesięcy do lat 5 albo obu tym karom łącznie.

3.

Nasze podejście do odpowiedzialności korporacyjnej, środowiskowej i społecznej

3.1. Odpowiedzialność korporacyjna, środowiskowa i społeczna

Strategia zrównoważonego rozwoju Allegro na lata 2020-2023

Strategia CSR i zrównoważonego rozwoju Grupy kontynuuje najważniejsze programy społeczne i edukacyjne, kładąc dodatkowo silny nacisk na kwestie środowiskowe. Motto naszej strategii brzmi #SustainableTogether („Razem dla zrównoważonego rozwoju”), ponieważ współpracując z naszymi klientami, sprzedawcami, partnerami biznesowymi, pracownikami i pozostałymi interesariuszami, aktywnie dążymy do realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju. Allegro, jako platforma handlowa, ma znaczący wpływ na polską gospodarkę i społeczeństwo. Poprzez inwestycje w badania i rozwój oraz technologie tworzymy efekt koła zamachowego, którego skala oddziaływania znacznie wykracza poza nasz bezpośredni wkład. Nasze innowacje i inicjatywy wzmacniają pozycję i rozwój naszych klientów i sprzedawców, a także partnerów biznesowych.

W naszym podejściu zwracamy szczególną uwagę na środowiskowe aspekty działalności w sektorze e-commerce, jednocześnie stale podnosząc nasze ambicje i wskazując kolejne cele do realizacji. Strategia została zatwierdzona i przyjęta przez Radę Dyrektorów. Wyniki jej realizacji są na bieżąco monitorowane i prezentowane kierownictwu, a także publikowane w corocznym raporcie CSR.

Strategia CSR i zrównoważonego rozwoju Grupy została podzielona na 4 filary:

Allegro jako miejsce zrównoważonych wyborów i zakupów	Allegro jako świetne miejsce do rozwijania biznesu	Allegro jako partner odpowiedzialny społecznie	Allegro jako najlepsze miejsce do rozwoju pracowników
<p>Towarzyszymy naszym klientom w odpowiedzialnych wyborach i zakupach:</p> <p>1.1. Ekspozujemy i promujemy produkty oparte na zrównoważonym rozwoju</p> <p>1.2. Wspieramy klientów w zmniejszeniu śladu węglowego podczas dostawy produktów</p> <p>1.3. Dbamy o bezpieczeństwo i komfort klientów, chronimy ich dane oraz przestrzegamy prawa konsumentów</p>	<p>Wzmacniamy kwalifikacje i doświadczenie naszych sprzedawców i wspieramy rozwój nowych przedsiębiorców:</p> <p>2.1. Wspieramy sprzedawców w zrównoważonym wzroście</p> <p>2.2. Edukujemy przyszłych i obecnych przedsiębiorców</p> <p>2.3. Wspieramy mikro, małych i średnich przedsiębiorców</p> <p>2.4. Wdrażamy agendę klimatyczną w naszym łańcuchu dostaw i dostawach</p>	<p>Tworzymy pozytywny wpływ na społeczeństwo poprzez wkład w rozwój polskiej gospodarki i coraz lepsze zarządzanie naszym wpływem środowiskowym – w duchu ESG, zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialnego biznesu:</p> <p>3.1. Wspieramy edukację i rozwój umiejętności młodych</p> <p>3.2. Współpracujemy z lokalnymi społecznościami, w których prowadzimy naszą działalność</p> <p>3.3. Zarządzamy naszą firmą odpowiedzialnie</p> <p>3.4. Rozwijamy nasze działania zgodnie ze zrównoważonym rozwojem</p> <p>3.5. Budujemy nasz łańcuch wartości w transparentny, odpowiedzialny i zrównoważony sposób</p>	<p>Stanowimy ambitne, przyjazne i różnorodne miejsce pracy, w którym nasi pracownicy mogą się rozwijać:</p> <p>4.1. Wspieramy rozwój zawodowy i osobisty naszych pracowników</p> <p>4.2. Tworzymy równe szanse w wymagającym środowisku biznesowym</p> <p>4.3. Dbamy o zdrowie i bezpieczeństwo naszych pracowników i ich zaangażowanie</p>

Strategia obejmuje 86 inicjatyw, które wspierają operacjonalizację podejmowanych działań. Dla każdego z filarów wyznaczono konkretne cele i wskaźniki KPI, które są regularnie monitorowane.

Główne rodzaje ryzyka niefinansowego

Mierzenie i raportowanie wyników w zakresie ESG, ryzyka i jego zarządzaniem ma fundamentalne znaczenie dla zdobycia zaufania interesariuszy i wygenerowania maksymalnej wartości na rynku. Zdefiniowaliśmy następujące ryzyka w obszarze ESG:

Główne rodzaje ryzyka	Mapa ryzyka	Rozdział opisujący zarządzanie tym rodzajem ryzyka
Ryzyko środowiskowe	Chociaż wpływ sektora e-commerce na środowisko jest mniejszy niż tradycyjnych form handlu, mamy świadomość, że działalność Grupy wywiera negatywny wpływ na środowisko (np. emisja CO2, odpady opakowaniowe). Rozwijanie naszej działalności bez wdrażania programów redukcji emisji dwutlenku węgla i zużycia energii, a także bez podejmowania inicjatyw na rzecz zrównoważonego rozwoju, mogłoby przynieść negatywne skutki dla środowiska naturalnego. 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 dwutlenku węgla oraz rozwiązania technologiczne zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju, np. ekologiczne opakowania, mogą przełożyć się na wzrost kosztów naszej działalności.	Odpowiedzialność środowiskowa
Ryzyko społeczne	Pogorszenie publicznego wizerunku lub reputacji Grupy w wyniku negatywnego rozgłosu 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 narzędzia technologiczne 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 recenzentki i portale społecznościowe, mogą mieć istotny negatywny wpływ na reputację Grupy i popularność jej stron internetowych.	Odpowiedzialność wobec klientów i sprzedawców Etyka biznesu
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.	Poszanowanie praw człowieka
Praktyki z zakresu pracy	Utrata wykwalifikowanych pracowników, duża rotacja lub utrzymujące się trudności w obsadzaniu wolnych stanowisk odpowiednimi kandydatami czy kandydatkami 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 wykwalifikowanych pracowników, Grupa może być zmuszona do oferowania wyższych pakietów wynagrodzeń i innych świadczeń, co może prowadzić do zwiększenia kosztów osobowych. Niezdolność do pozyskania, wykszolenia, zmotywowania lub utrzymania wykwalifikowanych pracowników 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. Pandemia COVID-19 ma daleko idące konsekwencje dla pracowników, którzy muszą kontynuować pracę w trybie stacjonarnym (szczególnie w magazynie). Ci pracownicy, którzy pracują zdalnie, mogą nie dysponować ergonomicznymi i odpowiednimi warunkami pracy w domu.	Odpowiedzialność za miejsce pracy
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	Etyka biznesu
Ryzyko związane z cyberbezpieczeństwem i naruszeniami ochrony danych osobowych	Grupa korzysta z usług zewnętrznych dostawców centrów danych, których placówki mogą uciepnieć w wyniku cyberataku. Cyberbezpieczeństwo, zarządzanie danymi osobowymi oraz zapewnienie odpowiedniego poziomu bezpieczeństwa naszej infrastruktury to ważne elementy naszej działalności.	Etyka biznesu

Grupa w sposób aktywny wdraża procedury, polityki i regulacje mające na celu ograniczenie powyższych rodzajów ryzyka.

Wskaźniki niefinansowe

Nasze najważniejsze osiągnięcia w 2020 roku:

+72	wskaźnik NPS w badaniu satysfakcji klienta
+128k	profesjonalni sprzedawcy („B2C”) na Allegro
200 million	aktywne oferty na Allegro
962,087	unikalni użytkownicy, którzy odwiedzili platformę e-learningową Akademii Allegro w 2020 roku i wzięli udział w co najmniej jednym z 50 dostępnych kursów edukacyjnych
PLN 6.9 million	darowizny przekazane przez Grupę Allegro.eu na wsparcie placówek medycznych i organizacji społecznych w trakcie epidemii COVID-19
PLN 19.4 million	zebrane środki w ramach aukcji charytatywnych na Charytatywni.Allegro.pl
91%	pracowników postrzega Allegro jako miejsce pracy, w którym panuje powszechny szacunek, bez względu na płeć, wiek czy inne aspekty różnorodności
200	pracowników-wolontariuszy wzięło udział w dwóch edycjach naszego programu społecznego #pomagamy_bo_umiemy (w ramach 77 inicjatyw)

Długoterminowe cele w zakresie zrównoważonego rozwoju

Długoterminowe cele Grupy w zakresie zrównoważonego rozwoju obejmują towarzyszenie naszym klientom w dokonywaniu odpowiedzialnych wyborów, poprzez eksponowanie i promowanie produktów zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju. Optymalizujemy proces wyszukiwania produktów na Allegro.pl przy użyciu uczciwych i przejrzystych kryteriów. Wdrażamy specjalną przestrzeń, która dedykowana jest dla osób poszukujących produktów ekologicznych, ponieważ chcemy ułatwić kupującym znalezienie certyfikowanych ofert oraz promować sprzedawców w tym segmencie rynku.

Naszym celem jest podnoszenie świadomości na temat najlepszych praktyk w zakresie opakowań i logistyki zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju. Chcemy dostarczać zarówno sprzedawcom, jak i kupującym wiedzę i narzędzia do wprowadzenia do ich łańcuchów wartości zasad gospodarki o obiegu zamkniętym. Zamierzamy przekonać sprzedawców do stosowania opakowań ekologicznych.

Kładziemy nacisk na edukację naszych sprzedawców i klientów na rozwijanej przez nas platformie e-learningowej Akademia Allegro.

Grupa wprowadza coroczny monitoring emisji gazów cieplarnianych i program działań mających na celu osiągnięcie redukcji średniej emisji gazów cieplarnianych przypadającej na GMV.

3.2. Odpowiedzialność za pracowników

3.2.1. Miejsce pracy

Polityka personalna

Ambicją Grupy jest bycie platformą rozwoju dla różnorodnych, utalentowanych i ambitnych zespołów i osób, które doskonale radzą sobie w szybko zmieniającym się i złożonym środowisku. Nasi pracownicy dążą do osiągnięcia jak najlepszych wyników, nieustannie poszukując możliwości rozwoju i podejmując kolejne wyzwania.

Tworzymy wymagające, ale przyjazne środowisko pracy, wspieramy rozwój zawodowy i osobisty naszych pracowników oraz stwarzamy równe szanse we wszystkich aspektach zatrudnienia.

Poniższa tabela przedstawia naszą strukturę zatrudnienia.

Forma zatrudnienia	2020	2020
Umowy o pracę na czas nieokreślony	79 4%	79 2%
Umowy o pracę na czas określony	20 6%	20 8%
Forma zatrudnienia w podziale na płeć	2020	2020
Umowy o pracę na czas nieokreślony – kobiety	32 1%	32 0%
Umowy o pracę na czas określony – kobiety	9 7%	9 6%
Umowy o pracę na czas nieokreślony – mężczyźni	47 2%	47 2%
Umowy o pracę na czas określony – mężczyźni	10 9%	11 2%
Pracownicy i inne osoby świadczące pracę	2020	2020
Umowa o pracę	2 721	2 194
Kontraktorzy (B2B)	240	17
Osoby świadczące pracę, które nie są pracownikami (agencje pracy i usługi w modelu outsourcingu)	198	268
Miejsce pracy	2020	2020
Poznań	51 3%	57 0%
Warsaw	30 7%	25 5%
Wrocław	7 2%	8 2%
Kraków	3 7%	2 3%
Toruń	3 5%	3 8%
Błonie	2 6%	2 6%
Inne	1 0%	0 5%

Coroczne badanie zaangażowania

Każdego roku przeprowadzamy badanie satysfakcji obejmujące wszystkich naszych pracowników. Stanowi ono dla nas podstawowe źródło informacji o naszej firmie jako miejscu pracy. Analizując wyniki ankiety, jesteśmy w stanie lepiej zrozumieć, co przekłada się na zaangażowanie pracowników, a także określić luki, które należy wyeliminować.

Ankieta jest poufna, a jej wyniki porównujemy z wynikami najlepszych firm technologicznych na świecie.

W 2020 roku osiągnęliśmy najwyższy wynik zaangażowania w historii Allegro.

Coroczne badanie zaangażowania ^[1]	2020	New Tech 1000+ 2020 ^[2]	2020
Wynik zaangażowania	78%	73%	73%
Zaufanie do firmy	91%	78%	78%
Wyniki	89%	80%	—
Praca zespołowa i odpowiedzialność	88%	71%	88%
Kształcenie i rozwój	85%	76%	83%
Współpraca i komunikacja	85%	n/a	83%
Kultura	85%	n/a	76%
Wsparcie ze strony pracodawcy	84%	73%	80%
Zarządzanie	83%	n/a	83%
Dostosowanie i zaangażowanie	79%	77%	71%
Przywództwo	79%	67%	71%
Informacje zwrotne i uznanie	75%	64%	76%
Działanie w ramach BaZa	64%	49%	65%
Udział w badaniu	94%	75–90% ^[3]	94%

[1] Dane dotyczące Allegro.pl

[2] Raporty Culture Amp

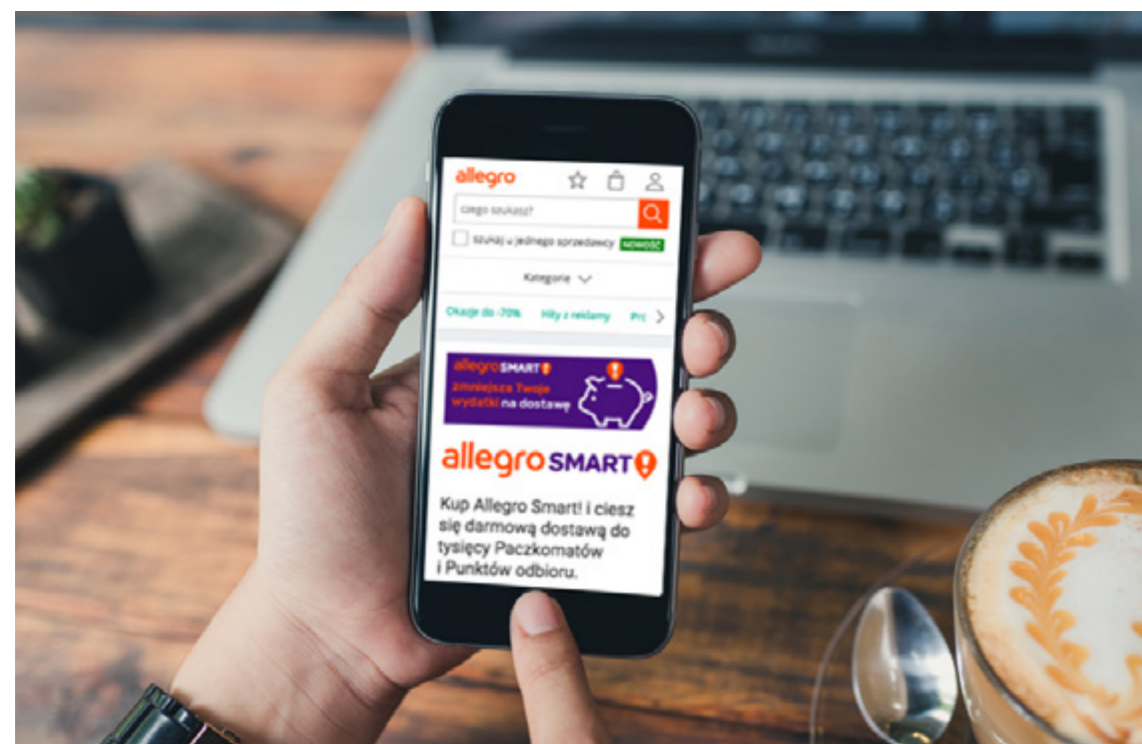
[3] Wskaźnik udziału w badaniu: 70% klientów Culture Amp (naszego dostawcy BaZa) odnotowało wskaźnik odpowiedzi na ankiety na poziomie 75%-90%

Polityka antydyskryminacyjna i antymobbingowa

Grupa stworzyła integracyjne środowisko pracy pozbawione uprzedzeń, które sprzyja rozwojowi osób o różnych poglądach i doświadczeniach. W 2016 roku wprowadziliśmy Politykę antydyskryminacyjną i antymobbingową oraz Procedurę zgłaszania nieprawidłowości. Zgodnie z tą polityką wszyscy pracownicy, a w szczególności ci na stanowiskach kierowniczych, powinni traktować swoich współpracowników z godnością i postępować zgodnie z zasadami etyki. Wszyscy pracownicy zapoznają się z powyższymi zasadami w procesie onboardingu, a także przechodzą cykliczne szkolenia.

W 2020 roku Allegro wprowadziło politykę różnorodności, która określa dobre praktyki i procesy sprzyjające tworzeniu różnorodnego i kreatywnego miejsca pracy. W firmie organizowane są również szkolenia antymobbingowe i antydyskryminacyjne, których celem jest wsparcie w rozpoznawaniu i zapobieganiu zachowaniom niepożądanym oraz tworzenie pozytywnych relacji między pracownikami.

Polityka antydyskryminacyjna i antymobbingowa	2020	2020
% uczestników szkoleń antydyskryminacyjnych i antymobbingowych – coroczne szkolenie	88 8%	92 8%
% uczestników szkoleń antydyskryminacyjnych i antymobbingowych – onboarding (wszyscy nowi pracownicy)	100%	100%
Zgłoszone przypadki dyskryminacji i mobbingu	5	2



Wynagrodzenia

W Allegro stawiamy sobie za cel pozyskiwanie i zatrzymywanie najbardziej wydajnych i utalentowanych osób. Staramy się rekrutować jak najlepszych kandydatów z dużym potencjałem rozwoju. Naszym pracownikom oferujemy możliwość uczestnictwa w dużych i złożonych projektach, szerokie możliwości rozwoju oraz konkurencyjny pakiet wynagrodzeń.

Polityka wynagrodzeń ma na celu pozyskiwanie, motywowanie i zatrzymywanie pracowników, którzy reprezentują najwyższy poziom kompetencji i doświadczenia. Jej podstawą jest równe traktowanie pracowników, a ponadto polityka tworzy ramy zapewniające takie samo wynagrodzenie dla wszystkich osób wykonujących te same zadania.

Stosunek średniego wynagrodzenia kobiet do wynagrodzenia mężczyzn ^[1]	2020	2020
Wynagrodzenie kobiet w stosunku do średniego wynagrodzenia	95 2%	95 7%
Wynagrodzenie mężczyzn w stosunku do średniego wynagrodzenia	102 7%	101 5%
Wynagrodzenie kobiet w stosunku do wynagrodzenia mężczyzn (mężczyźni=100%)	91 9%	92 9%

[1] Średnia ważona według wielkości grupy na każdym poziomie struktury korporacyjnej i w danym obszarze biznesowym

Kluczowym czynnikiem wpływającym na różnice pomiędzy wynagrodzeniami kobiet i mężczyzn jest niedostateczna reprezentacja kobiet w obszarze technologii oraz na stanowiskach kierowniczych. Grupa opracowała szczegółowy plan interwencji, skupiający się na:

- stymulowaniu bardziej zrównoważonej pod względem płci rekrutacji kandydatów z zewnątrz do obszaru technologii, a także na stanowiska kierownicze (zarówno w wewnętrznych, jak i zewnętrznych procesach rekrutacyjnych);
- zapewnieniu stosowania obiektywnego, opartego na faktach i dowodach procesu oceny wyników i awansów, a w konsekwencji zmiany wynagrodzenia;

- koncentrowaniu się na przyłączeniu się do organizacji zewnętrznych promujących różnorodność i integrację, a także wspieraniu dialogu społecznego jako znaczący pracodawca technologiczny w Polsce;

- ciągłej edukacji i budowaniu zaangażowania pracowników Allegro w tym temacie, podnoszeniu świadomości i zapewnianiu silnego wsparcia w całej organizacji.

Wszystkie te działania mają na celu systematyczne rozwiązywanie zidentyfikowanych problemów i dążenie do zniwelowania różnic w poziomie wynagrodzenia.

Szkolenie

Celem Allegro w zakresie kształcenia i rozwoju jest stworzenie skutecznych ram dla wdrożenia kultury planowania kariery w długoterminowej perspektywie, samorozwoju, identyfikacji i wykorzystania talentów w rolach, które przynoszą korzyści zarówno pracownikom, jak i Allegro. Grupa uruchomiła platformę szkoleniową dla wszystkich zatrudnionych osób, która służy do administrowania, monitorowania i automatyzacji szkoleń.

Pracownicy mają dostęp do szeregu modułów szkoleniowych z zakresu umiejętności miękkich i technicznych, a także do sesji i programów szkoleniowych przeznaczonych dla kadry kierowniczej.

Program szkoleń jest na bieżąco aktualizowany, co pozwala odpowiadać na potrzeby zgodnie z kierunkiem strategicznym Allegro oraz oczekiwaniami pracowników.

Kolejnym istotnym aspektem oferty rozwojowej jest wsparcie finansowe udzielane przez Allegro osobom, które chcą studiować i zdobywać kwalifikacje zawodowe na najlepszych uczelniach, a także możliwość udziału w płatnych konferencjach czy też sesje indywidualnego coachingu.

W 2020 roku 64% pracowników wzięło udział w co najmniej jednym szkoleniu, w tym czasie zorganizowano 289 szkoleń wewnętrznych, w których uczestniczyły łącznie 5 342 osoby.

Szkolenie	2020	2019
Liczba uczestników szkoleń	5342	4416
% uczestników szkoleń – kobiety	45%	32%
% uczestników szkoleń – mężczyźni	55%	68%
Liczba unikalnych uczestników	1500	1386
% pracowników, którzy wzięli udział w co najmniej jednym szkoleniu	64%	74%
Pracownicy – kobiety, które wzięły udział w co najmniej jednym szkoleniu	675	443
Pracownicy – mężczyźni, którzy wzięli udział w co najmniej jednym szkoleniu	825	943

Szkolenia wewnętrzne	2020	2019
Liczba szkoleń wewnętrznych	501	443
Średnia ocena szkolenia – 4,5 (w skali od 1 do 5)	4,5	4,5
Liczba trenerów wewnętrznych	171	191

W 2020 r. pracownicy wzięli udział w większej liczbie szkoleń niż w roku poprzednim, a w ujęciu ogólnym kobiety uczestniczyły w szkoleniach częściej niż mężczyźni. 41,8% pracowników Allegro stanowią kobiety i aż 45% wszystkich uczestników szkoleń to kobiety.

Proces oceny pracowników w Allegro

Performance Management to proces zarządzania efektywnością organizacji, który pozwala na spójną ocenę indywidualnych wyników każdego pracownika na podstawie obiektywnych, rzeczowych i opartych na dowodach informacji zwrotnych w odniesieniu do realizacji celów biznesowych i prezentowanych zachowań. Ocena pracowników odbywa się dwa razy w roku.

Ścieżka awansu jest ściśle powiązana z oceną pracowniczą i opiera się na obiektywnej ocenie poziomu kompetencji i umiejętności określonych w opierając się na zestawie istotnych dla nas kryteriów (takich jak: wpływ na funkcjonowanie organizacji, konieczność rozwiązywania złożonych problemów w sposób analityczny i innowacyjny, umiejętności komunikacyjne i wiedza ekspercka).

Ocena pracowników ^[1]	2020	2019
% pracowników poddanych ocenie	93 9%	92 5%
% pracowników poddanych ocenie – kobiety	86 4%	85 2%
% pracowników poddanych ocenie – mężczyźni	99 3%	97 5%

[1] Z wyłączeniem pracowników spółki eBilet i pracowników na okresie próbnym

Ścieżka kariery	2020	2019
% kobiet awansowanych na stanowiska kierownicze	1 7%	1 4%
% kobiet awansowanych na stanowiska dyrektorskie	0 26%	0 00%
% kobiet awansowanych na stanowiska na poziomie C	0 00%	0 00%

Ścieżka kariery	2020	2019
% mężczyzn awansowanych na stanowiska kierownicze	2 79%	2 89%
% mężczyzn awansowanych na stanowiska dyrektorskie	0 13%	0 00%
% mężczyzn awansowanych na stanowiska na poziomie C	0 00%	0 00%

Ocena pracowników obejmuje wszystkie osoby spełniające kryterium minimum 3-miesięcznego stażu pracy, w tym pracowników powracających z urlopów (tj. długotrwałych zwolnień lekarskich, urlopów wychowawczych, urlopów macierzyńskich). Ci pracownicy zazwyczaj nie pracują wystarczająco długo, aby otrzymać ocenę swoich wyników. Jest to główną przyczyną, dla której powyższy wskaźnik nie wynosi 100%, w szczególności w przypadku kobiet.

Bezpieczne miejsce pracy

Celem Polityki Bezpieczeństwa i Higieny Pracy jest zapewnienie bezpiecznych i ergonomicznych warunków pracy poprzez:

- zapobieganie wypadkom i chorobom zawodowym,
- stałe monitorowanie środowiska pracy i ścisłą współpracę z zespołem administracyjnym w tym zakresie,
- systematyczną aktualizację oceny ryzyka zawodowego,

- angażowanie pracowników w działania na rzecz zdrowia i bezpieczeństwa,
- podnoszenie świadomości w zakresie zdrowia i ergonomii.

Grupa monitoruje efekty stosowania Polityki Bezpieczeństwa i Higieny Pracy oraz liczbę wypadków przy pracy. W 2020 roku odnotowano tylko jeden wypadek o charakterze lekkim.

Liczba wypadków	2020	2019
Wypadki lekkie	1	5
Wypadki ciężkie	0	1
Wypadki śmiertelne	0	0

Akcja Zdrowie

Grupa dba o zdrowie i dobre samopoczucie swoich pracowników. W celu promowania zdrowego stylu życia, przekładającego się na niższą absencję oraz wzrost wydajności i jakości pracy, Grupa wprowadziła coroczną kampanię obejmującą cykl warsztatów, konsultacji i webinarów. W 2020 roku inicjatywa została zorganizowana na platformie szkoleniowej i dotyczyła pracy zdalnej w ramach programu #zdaninazdalną. Obejmowała ona konsultacje z psychologami, fizjoterapeutami, dietetykami, treningi na dobry początek dnia, treningi jogi oraz 13 webinarów.

Nagrania i materiały są stale dostępne dla pracowników. Tematem webinarów było zdrowie, higiena i ergonomia pracy zdalnej, dieta i odżywianie, wzmacnianie odporności organizmu, joga, relaksacja i odporność psychiczna, a także radzenie sobie z problemem pandemii i innymi zjawiskami.

Bezpieczeństwo w biurach i magazynie podczas pandemii

Rozprzestrzenianie się wirusa COVID-19 skłoniło Grupę do wprowadzenia zmian w swoich praktykach operacyjnych, w oparciu o instrukcje i rozporządzenia rządowe oraz uwzględniając interes i potrzeby jej pracowników, klientów, sprzedawców i innych interesariuszy. Grupa wdrożyła politykę zdalnej pracy, która objęła prawie wszystkich jej pracowników. W przypadku pracowników Grupy, którzy pracują w magazynie i nie mogą pracować zdalnie, Grupa wdrożyła dodatkowe procedury ochronne, w tym wyposażała pracowników w środki ochrony osobistej (np. maski, rękawice, środki dezynfekujące, osłony twarzy), wdrożyła system dystansu społecznego, rozłożyła czas pracy pracowników na trzy zmiany w ciągu dnia, zwiększyła częstotliwość sprzątanania w swoich obiektach oraz zainstalowała kamery termowizyjne.

Wszystkie nasze biura zostały wyposażone w środki ochrony indywidualnej, a pracownikom, w przypadku których obecność w biurze nie jest niezbędna (ponad 95% pracowników biurowych), rekomendowana jest praca z domu. Nasi pracownicy otrzymali bony o wartości 1000 PLN do wykorzystania na platformie Allegro na zakup wybranych przez siebie elementów wyposażenia domowego biura (np. krzesła biurowych, monitorów, słuchawek), aby zwiększyć komfort pracy w domu. Przeprowadziliśmy migrację wszystkich szkoleń z trybu offline na tryb online oraz dodaliśmy specjalne zajęcia dla menedżerów z zakresu zarządzania i organizacji pracy dla osób pracujących poza biurem, a także ogólnogrupowe szkolenie z organizacji czasu pracy w domu. Organizujemy wewnętrzne wydarzenia i konkursy, aby pomóc pracownikom w dostosowaniu się do zaistniałej sytuacji. Testujemy wszystkich opiekunów w naszych przedszkolach i żłobkach przed ich otwarciem po każdym lockdownie wprowadzonym przez władze państwowe. Zapewniliśmy testy dla pracowników, którzy mieli kontakt z osobami chorymi oraz innymi pracownikami. Przeprowadziliśmy badania ankietowe, aby sprawdzić samopoczucie pracowników i ich potrzeby, a powyższe działania są odpowiedzią na wiele z nich.

Przeprowadziliśmy audyt zabezpieczeń biur i magazynów pod kątem bezpieczeństwa i przestrzegania zaleceń w zakresie przeciwdziałania koronawirusowi, a następnie wprowadziliśmy zalecenia wynikające z tego audytu.

Świadczenia oferowane pracownikom

Grupa rozumie współczesny rynek pracy oraz potrzeby pracowników związane z godzeniem życia zawodowego z prywatnym. Dlatego stale rozwijamy listę benefitów, które oferujemy naszemu zespołowi w ramach systemu My Benefit. Pracownicy mogą wybrać benefity, które będą wypłacane co miesiąc z przyznanych im punktów kredytowych. Benefity opłacane przez pracodawcę obejmują: opiekę medyczną dla pracowników i ich bliskich, karty sportowe dla pracowników i ewentualnie osób towarzyszących, dodatek do opieki nad dzieckiem przeznaczony na comiesięczne dofinansowanie przedszkola, żłobka lub opieki (w tym żłobek i przedszkole WOW dla pracowników w Poznaniu), dodatek komunikacyjny lub parking firmowy, bilet okresowy na autobus lub benzynę, kartę restauracyjną oraz przekazywanie punktów do Banku Punktów w celu skorzystania z możliwości dokonania jednorazowego zakupu za zgromadzone punkty, np. w kategoriach Kultura, Turystyka, Sport i rekreacja, Dzieci. Pracownicy mogą również wykupić ubezpieczenie na życie. Pozostałe świadczenia oferowane przez Grupę to Zakładowy Fundusz Świadczeń Socjalnych (m.in. dodatek przedszkolny, dodatek urlopowy, premia świąteczna, jak również jednorazowe zapomogi w trudnych sytuacjach życiowych/materialnych, zwrotne pożyczki mieszkaniowe). Pracownicy otrzymują kupony Allegro na Mikołajki, upominki edukacyjne na Dzień Dziecka, a do biur dostarczane są owoce i warzywa. Allegro co roku organizuje specjalne wydarzenie z okazji Dnia Dziecka dla rodziców pracujących w Allegro i ich dzieci we wszystkich lokalizacjach. W 2020 roku z powodu pandemii koronawirusa nie mogliśmy zorganizować Dnia Dziecka, dlatego wszyscy pracownicy otrzymali dodatkowy dzień wolny od pracy.

PRZEDSZKOLE I ŻŁOBEK WOW W POZNANIU DLA DZIECI PRACOWNIKÓW ALLEGRO.PL

Firmowe przedszkole i żłobek WOW, zlokalizowane w poznańskim biurze Grupy, może pomieścić 57 dzieci w trzech grupach przedszkolnych i 20 dzieci w żłobku. Program edukacyjny stawia na wszechstronny rozwój dzieci, które biorą udział w licznych zajęciach muzyczno-ruchowych (rytmika, taniec, taekwondo, muzykoterapia), językowych (język angielski i hiszpański) oraz plastycznych. Program uatrakcyjniają dodatkowo pokazy i warsztaty twórcze poświęcone m.in. zdrowemu stylowi życia, ekologii i zrównoważonemu rozwojowi. W 2020 roku w ramach wsparcia dla rodziców, którzy zostali sami w domu z dziećmi, pracownicy przedszkola i żłobka przygotowali ciekawe pomysły na wspólne spędzanie czasu podczas kwarantanny.

Dzielenie się wiedzą

Allegro oferuje wiele okazji do dzielenia się wiedzą, zarówno wewnątrz organizacji, jak i poza nią. Raz w roku organizowana jest wewnętrzna konferencja technologiczna dla działu IT. W 2020 roku w konferencji online wzięło udział 700 osób z zespołu Allegro, w tym 37 wystąpiło. W ramach inicjatywy Allegro Tech nasi pracownicy biorą udział jako prelegenci w szeregu wydarzeń otwartych (m.in. Allegro Tech Talks, Allegro UX Talks, oraz Misja – zmiana branży!). W 2020 roku 135 specjalistów z Allegro wygłosiło ponad 75 prezentacji w Polsce i za granicą.

PROGRAM MENTORSKI

Grupa prowadzi program mentorski, a także program „turystyki międzypespółkowej”. Każda osoba, która przystępuje do programu, trafia pod opiekę mentora. „Turystyka” polega na tymczasowej zmianie miejsca pracy pracownika na okres od 2 tygodni do 3 miesięcy. Główne cele tego programu to:

1. Wsparcie dzielenia się wiedzą między zespołami, tak aby odwiedzający mógł poznać inny obszar działalności i wykorzystać tę wiedzę w swoim obecnym projekcie, kiedy już wróci do swojego zespołu.
2. Zatrzymywanie utalentowanych pracowników. Jeśli jakiś pracownik rozważa zmianę pracy, to przed podjęciem takiej decyzji może najpierw sprawdzić, jak wpasowałby się w inny projekt, a dopiero potem zmienić zespół na stałe.
3. Pomoc w zmianie branży. W programie może wziąć udział każdy pracownik, pod warunkiem, że wyrazi na to zgodę zarówno jego dotychczasowy, jak i docelowy przełożony oraz wykazane zostaną korzyści, jakie odniosą wszystkie zainteresowane strony.

Rekrutacja i onboarding

W procesie rekrutacji Grupa wykorzystuje behawioralny i standaryzowany wywiad kompetencyjny, pozwalający na obiektywną ocenę kandydatów. Ponadto, aby wesprzeć rekruterów w neutralnej i bezstronnej selekcji kandydatów, stworzyliśmy Hiring Squad (HS). Jest to grupa specjalistów z różnych dziedzin (Development, UX, Product Management, HR) i na różnych szczeblach kariery (szczebel średni, wyższy, menedżerski). Ich zadaniem jest dokonanie ostatecznego wyboru osoby, która zostanie zatrudniona w procesie rekrutacji. Zadanie rekrutacyjne wykorzystywane w procesie selekcji dodatkowo zwiększają jego obiektywizm. Kolejną wyjątkową

praktyką, którą stosujemy, jest udzielanie informacji zwrotnych. Każdy z rekruterów przygotowuje samodzielnie informacje zwrotne o kandydatach na każdym etapie procesu rekrutacji. Na ich podstawie Hiring Squad podejmuje decyzje o zatrudnieniu danej osoby. Informacje zwrotne przekazywane są również kandydatom po zakończeniu procesu rekrutacyjnego, niezależnie od jego wyniku. Szczególny nacisk kładziemy na informacje zwrotne przekazywane osobom, których nie zdecydowaliśmy się zatrudnić. Wskazujemy na braki w kompetencjach i proponujemy materiały edukacyjne, które mogą pomóc je uzupełnić, gdyby dana osoba zdecydowała się ponownie aplikować w przyszłości.

Nowi pracownicy	2020	2019
% nowych pracowników – kobiety	42 2%	43 7%
% nowych pracowników – mężczyźni	57 8%	56 3%

Nowi pracownicy	2020	2019
% nowych pracowników w wieku poniżej 30 lat	58 2%	62 6%
% nowych pracowników w wieku 31-40 lat	33 5%	34 6%
% nowych pracowników w wieku 41-50 lat	7 5%	2 3%
% nowych pracowników w wieku 51-60 lat	0 8%	0 4%
% nowych pracowników w wieku powyżej 60 lat	0 0%	0 0%

Wskaźnik rotacji pracowników ^[1]	2020	2019
Wskaźnik rotacji pracowników ^[1]	8 9%	10 5%
Wskaźnik rotacji pracowników – kobiety	9 3%	12 1%
Wskaźnik rotacji pracowników – mężczyźni	8 5%	9 4%

[1] Wskaźnik rotacji pracowników (%) = pracownicy, którzy odchodzą z firmy / średnia liczba pracowników w analizowanym okresie. Średni wskaźnik rotacji pracowników w 2019 roku w Polsce wyniósł od 16% do 18%, jak wynika z raportów zewnętrznych Mercer i Korn Ferry opublikowanych w 2020 roku.

Onboarding

Program onboardingowy Allegro pozwala lepiej poznać firmę i przygotować nowych pracowników do pracy. Od kilku lat program onboardingowy jest jednak dostępny również dla osób powracających do pracy po dłuższej nieobecności. Dotyczy to m.in. rodziców, którzy przebywali na urloпах wychowawczych dłużej niż rok. Tematyka warsztatów i prezentacji dotyczy funkcjonowania firmy: dbałości o klientów i sprzedawców, produktów, technologii i HR. Pracownicy poznają również politykę i zasady obowiązujące w firmie oraz przechodzą szkolenia teoretyczne i praktyczne z zakresu obsługi wewnętrznych systemów firmy. W 2020 roku w trzydniowym procesie onboardingu wzięły udział 694 osoby, w tym 42 osoby powracające po długiej nieobecności.

Program stażowy e-Xperience w Allegro

Co roku Allegro otwiera swoje podwoje dla osób rozpoczynających dopiero karierę zawodową, pozwalając im poznać działanie platformy e-commerce i zdobyć cenne doświadczenie. Program trwa 3 miesiące i jest organizowany w okresie letnich wakacji. Jest płatny, a najlepsi stażyści mają szansę na związanie się z firmą na dłużej. W 2020 r. w programie stażowym Allegro e-Xperience wzięły udział 53 osoby, z czego aż 70% znalazło zatrudnienie po zakończeniu programu. Wszyscy uczestnicy trafiają pod opiekę mentora, który wspiera ich w trakcie trwania programu. Mogą oni nie tylko wziąć udział w oferowanych przez nas szkoleniach, ale też sprawdzić się w samodzielnej pracy nad rzeczywistymi projektami i problemami jednej z największych firm technologicznych w Polsce. Program Summer e-Xperience poleca 100% proc. stażystów, którzy wzięli w nim udział.



3.2.2. Różnorodność w miejscu pracy

Polityka różnorodności i otwartości w Allegro.eu

W 2020 roku Allegro.eu wdrożyło Politykę różnorodności. Podmioty należące do Allegro.eu dokładają wszelkich starań, aby być pracodawcą zapewniającym równe szanse, gdzie każdy pracownik jest tak samo ceniony, szanowany i wspierany w osiąganiu swojego potencjału. Allegro tworzy środowisko, w którym każdy może zabrać głos, aby usunąć bariery na drodze do sukcesu i współpracować z innymi przy wdrażaniu swoich najlepszych pomysłów w życie. Firma przestrzega zasad równości w swoich procesach kadrowych, między innymi dotyczących rekrutacji, awansu, dostępu do szkoleń, szans na awans, ustalania wynagrodzeń, godzenia obowiązków zawodowych i rodzinnych czy ochrony przed mobbingiem i nieuzasadnionym zwolnieniem.

- Aktywnie wspieramy inicjatywy promujące różnorodność i otwartość. W latach 2018-2020 wzięliśmy udział w ok. 30 wydarzeniach poświęconych tej tematyce, m.in. Poznań Mentoring Walk, Women in Tech, Hackathon Accessibility, Misja – zmiana branży! czy program mentorski Allegro. Część z nich zorganizowaliśmy.
- Chcemy mieć pewność, że nasi pracownicy rozumieją, jak ważna jest otwartość i różnorodność w Allegro. W latach 2019/2020 zorganizowaliśmy 42 szkolenia poświęcone włączeniu i różnorodności, w których wzięło udział 391 osób. Nasz autorski wykład na temat ukrytych uprzedzeń i ich wpływu na różnorodność został wygłoszony na GeeConie, największej konferencji IT.

POLITYKA RÓŻNORODNOŚCI DOTYCZY WSZYSTKICH PRACOWNIKÓW, W ALLEGRO:

- Przywiązujemy ogromną wagę do tego, aby każdy pracownik Allegro miał prawo do bezpiecznego środowiska pracy, wolnego od dyskryminacji, molestowania, mobbingu oraz innych zachowań dotyczących zastraszania czy przemocy. Budowanie takiego środowiska zwiększa zaangażowanie pracowników, poprawia ich samopoczucie i tworzy silną kulturę opartą na wynikach. Aby zagwarantować, że kultura Allegro jest zgodna z tymi wartościami, wprowadziliśmy politykę przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi, obowiązującą wszystkich pracowników. Wprowadziliśmy również Kodeks Postępowania Stay Fair oraz Politykę zgłaszania nieprawidłowości i zapewniamy możliwości zgłaszania wszelkich nieprawidłowości.

- Nasz proces rekrutacji opiera się na obiektywnych i merytorycznych kryteriach oceny, a jego główną częścią jest wywiad behawioralny. Poszczególne jego etapy są zorganizowane według ustalonych wzorców i zasad, aby zapewnić podobne doświadczenie wszystkim kandydatom, niezależnie od płci, pochodzenia etnicznego, przekonań itp.

Wskaźniki różnorodności	2020	2019
Allegro.eu		
% pracowników – kobiety	41 8%	41 6%
% pracowników – mężczyźni	58 2%	58 4%
% nowych pracowników – kobiety	42 2%	43 7%
% nowych pracowników – mężczyźni	57 8%	56 3%
% pracowników z niepełnosprawnością	0 7%	0 9%
% pracowników z niepełnosprawnością – kobiety	0 5%	0 5%
% pracowników z niepełnosprawnością – mężczyźni	0 3%	0 4%
% pracowników w wieku poniżej 30 lat	38 4%	37 4%
% pracowników w wieku 31–40 lat	49 7%	51 6%
% pracowników w wieku 41–50 lat	11 1%	10 4%
% pracowników w wieku 51–60 lat	0 6%	0 4%
% pracowników w wieku powyżej 60 lat	0 1%	0 1%
% kobiet w wieku poniżej 30 lat	40 7%	38 9%
% kobiet w wieku 31–40 lat	49 8%	51 8%
% kobiet w wieku 41–50 lat	9 4%	9 1%
% kobiet w wieku 51–60 lat	0 2%	0 2%
% kobiet w wieku powyżej 60 lat	0 0%	0 0%
% mężczyzn w wieku poniżej 30 lat	36 8%	36 3%
% mężczyzn w wieku 31–40 lat	49 7%	51 6%
% mężczyzn w wieku 41–50 lat	12 4%	11 3%
% mężczyzn w wieku 51–60 lat	1 0%	0 5%
% mężczyzn w wieku powyżej 60 lat	0 2%	0 2%
% pracowników zagranicznych	1 1%	0 8%
% pracowników zagranicznych – kobiety	0 3%	0 2%
% pracowników zagranicznych – mężczyźni	0 8%	0 6%
Wynagrodzenie kobiet w stosunku do średniego wynagrodzenia ^[7]	95 2%	95 7%
Wynagrodzenie mężczyzn w stosunku do średniego wynagrodzenia ^[7]	102 7%	101 5%
Wynagrodzenie kobiet w stosunku do wynagrodzenia mężczyzn (mężczyźni=100%) ^[7]	91 9%	92 9%

[7] Średnia ważona według wielkości grupy na każdym poziomie struktury korporacyjnej i w danym obszarze biznesowym

Wskaźniki różnorodności	2020	2019
Menedżerowie		
% menedżerów – kobiety	28 0%	29 0%
% menedżerów – mężczyźni	72 0%	71 0%
% menedżerów w wieku poniżej 30 lat	8 7%	10 1%
% menedżerów w wieku 31–40 lat	61 0%	62 6%
% menedżerów w wieku 41–50 lat	28 3%	26 1%
% menedżerów w wieku 51–60 lat	2 0%	1 1%
% menedżerów w wieku powyżej 60 lat	0 0%	0 0%
% menedżerów w wieku poniżej 30 lat – kobiety	8 8%	10 9%
% menedżerów w wieku 31–40 lat – kobiety	56 8%	52 5%
% menedżerów w wieku 41–50 lat – kobiety	34 4%	36 6%
% menedżerów w wieku 51–60 lat – kobiety	0 0%	0 0%
% menedżerów w wieku powyżej 60 lat – kobiety	0 0%	0 0%
% menedżerów w wieku poniżej 30 lat – mężczyźni	8 7%	9 7%
% menedżerów w wieku 31–40 lat – mężczyźni	62 6%	66 8%
% menedżerów w wieku 41–50 lat – mężczyźni	25 9%	21 9%
% menedżerów w wieku 51–60 lat – mężczyźni	2 8%	1 6%
% menedżerów w wieku powyżej 60 lat – mężczyźni	0 0%	0 0%
Wynagrodzenie kobiet na stanowiskach menedżerskich w stosunku do średniego wynagrodzenia na stanowiskach menedżerskich ^[8]	93 3%	92 0%
Wynagrodzenie mężczyzn na stanowiskach menedżerskich w stosunku do średniego wynagrodzenia na stanowiskach menedżerskich ^[8]	102 1%	101 3%
Wynagrodzenie kobiet na stanowiskach menedżerskich w stosunku do wynagrodzenia mężczyzn na stanowiskach menedżerskich (mężczyźni = 100%) ^[8]	90 8%	88 9%

[8] Średnia ważona według wielkości grupy na każdym poziomie struktury korporacyjnej i w danym obszarze biznesowym

Wskaźniki różnorodności	2020	2019
Eksperci i specjaliści		
% kobiet na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych	37 5%	34 5%
% mężczyzn na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych	62 5%	65 5%
% osób w wieku poniżej 30 lat na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych	37 5%	35 8%
% osób w wieku 31–40 lat na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych	53 2%	54 8%
% osób w wieku 41–50 lat na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych	9 1%	9 2%
% osób w wieku 51–60 lat na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych	0 2%	0 2%
% osób w wieku powyżej 60 lat na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych	0 0%	0 0%
% kobiet na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych w wieku poniżej 30 lat	33 6%	32 7%
% kobiet na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych w wieku 31–40 lat	58 2%	59 2%
% kobiet na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych e w wieku 41–50 lat	8 2%	8 1%
% kobiet na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych w wieku 51–60 lat	0 0%	0 0%
% kobiet na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych w wieku powyżej 60 lat	0 0%	0 0%
% mężczyzn na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych w wieku poniżej 30 lat	39 8%	37 5%
% mężczyzn na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych w wieku 31–40 lat	50 2%	52 5%
% mężczyzn na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych w wieku 41–50 lat	9 6%	9 8%
% mężczyzn na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych w wieku 51–60 lat	0 3%	0 2%
% mężczyzn na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych w wieku powyżej 60 lat	0 0%	0 0%
Wynagrodzenie kobiet na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych w stosunku do średniego wynagrodzenia na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych ^[9]	93 1%	94 3%
Wynagrodzenie mężczyzn na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych w stosunku do średniego wynagrodzenia na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych ^[9]	102 9%	101 7%
Wynagrodzenie kobiet na na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych w stosunku do wynagrodzenia mężczyzn na stanowiskach eksperckich i specjalistycznych (mężczyźni=100%)	90 1%	92 5%

[9] Średnia ważona według wielkości grupy na każdym poziomie struktury korporacyjnej i w danym obszarze biznesowym

Wskaźniki różnorodności	2020	2019
Członkowie zarządu		
Członkowie zarządu – kobiety	2	n/a
Członkowie zarządu – mężczyźni	6	n/a
Członkowie zarządu w wieku poniżej 30 lat	0	n/a
Członkowie zarządu w wieku 31–40 lat	0	n/a
Członkowie zarządu w wieku 41–50 lat	4	n/a
Członkowie zarządu w wieku 51–60 lat	4	n/a
Członkowie zarządu w wieku powyżej 60 lat	0	n/a
Wskaźniki różnorodności		
Odsetek pracowników, którzy powrócili do pracy po urlopie rodzicielskim		
Pracownicy, którzy przeszli na urlop wychowawczy	92	74
Pracownicy, którzy wrócili do pracy po urlopie wychowawczym		71
Pracownicy, którzy powrócili do pracy po urlopie wychowawczym w poprzednim roku i kontynuowali zatrudnienie przez 12 miesięcy po powrocie	66	59
Pracownicy, którzy przeszli na urlop wychowawczy – kobiety	78	59
Pracownicy, którzy wrócili do pracy po urlopie wychowawczym – kobiety	54	54
Pracownicy, którzy powrócili do pracy po urlopie wychowawczym w poprzednim roku i kontynuowali zatrudnienie przez 12 miesięcy po powrocie – kobiety	52	49
Pracownicy, którzy przeszli na urlop wychowawczy – mężczyźni	14	15
Pracownicy, którzy wrócili do pracy po urlopie wychowawczym – mężczyźni	14	17
Pracownicy, którzy powrócili do pracy po urlopie wychowawczym w poprzednim roku i kontynuowali zatrudnienie przez 12 miesięcy po powrocie – mężczyźni (%)	14	10

W 2020 r. 93% pracowników, którzy wrócili do pracy po urlopie wychowawczym w poprzednim roku, pozostało w zatrudnieniu przez 12 miesięcy po powrocie, przy czym w przypadku kobiet było to 96%, a w przypadku mężczyzn – 82%.

3.3. Etyka biznesu – polityka przeciwdziałania korupcji i łapówkarstwu oraz poszanowanie praw człowieka

3.3.1. Polityka przeciwdziałania korupcji i łapownictwu

System zarządzania ładem korporacyjnym, ryzykiem i zapewnieniem zgodności

Grupa traktuje swój system zarządzania ryzykiem z należytą starannością i ustanowiła przedstawione poniżej ramy zapewnienia zgodności, aby zagwarantować wdrożenie wszystkich niezbędnych procesów:

Ochrona	Kontrola	Reagowanie
Sprawy regulacyjne Zarządzanie ryzykiem Polityki Szkolenia, komunikacja, warsztaty podnoszące świadomość Wsparcie Integracja procesów Wyciągnięte wnioski	<p>Sprawozdawczość:</p> <ul style="list-style-type: none"> • anonimowo poprzez system do CSO • osobiście poprzez system do CSO • osobiście do działu HR, Prawnego, CSO • osobiście, mailowo do Przewodniczącego <p>Kontrole zapewnienia zgodności</p> <p>Monitorowanie i zatwierdzenia w zakresie zgodności</p> <p>Audyty w zakresie zapewnienia zgodności</p> <p>Dochodzenia w zakresie zapewnienia zgodności</p> <p>Audyty wewnętrzne</p>	<p>Zarządzanie kryzysowe</p> <p>Sankcje dyscyplinarne</p> <p>Działania naprawcze</p>

Oprócz „Systemu zarządzania ryzykiem” w obu 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, przeciwdziałania dyskryminacji oraz ochrony własności i know-how spółek Allegro.pl i Ceneo.pl.

Dodatkowo spółki Allegro.pl i Ceneo.pl wprowadziły obowiązkowy kodeks postępowania w zakresie przestrzegania zasad społecznej odpowiedzialności biznesu („CSR”) dla dostawców grupy. Kodeks dostawcy powinien być zaakceptowany przez każdego Kluczowego Dostawcę, czyli dostawcę, którego roczny kontrakt z Allegro przekracza 100 000 PLN. Zgodnie z zaleceniami Ministerstwa Finansów, spółki Allegro.pl i Ceneo.pl wprowadziły złożony proces weryfikacji przy wyborze dostawców. Weryfikacja dokumentów finansowych, dokumentów rejestracyjnych i poprawności rachunków bankowych umożliwia eliminację budzących wątpliwość 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.

W Allegro działamy w sposób transparentny, z dbałością o przestrzeganie najwyższych standardów etycznych, między innymi dzięki naszym politykom i regulaminom.

Kodeks Etyki Allegro obejmuje:

- Politykę przejrzystości
- Politykę przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi
- Procedury zgłaszania nieprawidłowości
- Politykę zgodności z przepisami antymonopolowymi
- Polityki przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu
- Politykę bezpieczeństwa

Allegro wprowadziło następujące regulacje i procesy:

- Zasady przeciwdziałania korupcji
- Regulamin dotyczący przyjmowania i oferowania prezentów i korzyści
- Politykę różnorodności
- Procedurę na wypadek inspekcji
- Procedurę zawierania umów
- Politykę zarządzania podatkami
- Procedurę weryfikacji dostawców
- Regulamin działalności sponsoringowej
- Politykę szkoleniową

Na straży przestrzegania Kodeksu Etyki stoi Komisja ds. Etyki, która zajmuje się m.in. badaniem i rozstrzyganiem zgłaszanych spraw związanych z jego łamaniem.

Skład Komisji ds. Etyki

- Dyrektor HR lub HR Business Partner
- Dyrektor działu prawnego bądź prawnik przez niego wskazany
- Dyrektor pionu, którego dotyczy zgłoszone naruszenie
- Przedstawiciel pracowników wskazany przez reprezentację pracowników
- CSO (Chief Security Officer)

Kodeks Etyki jest okresowo weryfikowany i dostępny dla pracowników.

Działający w Allegro system zgłaszania nieprawidłowości jest przeznaczony dla wszystkich zatrudnionych osób. Bazuje on na wytycznych dotyczących rozpatrywania skarg i zażaleń związanych z nieprzestrzeganiem Kodeksu Etyki. System zgłaszania nieprawidłowości obejmuje specjalną platformę

internetową, formularz na stronie internetowej firmy oraz wyznaczony adres e-mail oraz zapewnia pełną ochronę osób zgłaszających nieprawidłowości.

Wszyscy pracownicy przechodzą obowiązkowe szkolenie z zakresu wszystkich polityk podczas sesji onboardingowej. Są też zobowiązani do podpisania oświadczenia, że będą przestrzegać zasad zawartych w politykach. Dodatkowo co roku przeprowadzamy obowiązkowe szkolenia z zakresu powyższych polityk, w których uczestniczą wszyscy zatrudnieni pracownicy

Zgłaszanie skarg i zażaleń	2020	2019
Polityka w zakresie przeciwdziałania praniu pieniędzy i zwalczania finansowania terroryzmu oraz kontroli eksportu, a także podręcznik sankcji finansowych	0	0
Polityka przejrzystości	2	2

Zgłoszone przypadki zostały sprawdzone i nie stanowiły żadnego naruszenia.

Szkolenia pracowników w zakresie standardów etycznych

Spółka wprowadziła obowiązkowe szkolenia z zakresu zapewnienia zgodności i etyki. Opracowano również plan szkoleń i komunikacji w zakresie etyki i zapewnienia zgodności, który jest obecnie realizowany.

Kanały wykorzystywane do szkolenia pracowników w zakresie etyki obejmują sesje e-learningowe, wiadomości mailowe, dedykowaną platformę wewnętrzną (Intranet), spotkania, plakaty i inne formy komunikacji.

Nowi pracownicy zapoznają się z naszym Kodeksem podczas sesji obowiązkowego szkolenia OnBoarding Stay Safe/Stay Fair. Raz w roku nasi pracownicy uczestniczą w szkoleniach poświęconych zasadom naszego Kodeksu Etyki (Polityka przejrzystości, Polityka przeciwdziałania dyskryminacji i mobbingowi, Procedury zgłaszania nieprawidłowości, Polityka zgodności z przepisami antymonopolowymi, Polityka przeciwdziałania praniu pieniędzy i finansowaniu terroryzmu, Polityka bezpieczeństwa) oraz ochronie danych osobowych, w celu pogłębiania wiedzy, budowania kompetencji i zwiększania świadomości.

3.3.2. Poszanowanie praw człowieka

Relacje z dostawcami

Allegro prowadzi swoją działalność w sposób etyczny i tego samego oczekuje od swoich dostawców i partnerów biznesowych. Gdy łączna wartość umów z danym dostawcą przekracza 100 000 PLN, nasi partnerzy biznesowi zobowiązani są do podpisania Kodeksu Etyki Allegro, a dodatkowo Allegro pyta ich, czy posiadają własny kodeks etyczny lub stosowne regulacje wewnętrzne.

Kodeks Postępowania jest zbiorem wytycznych określających minimalny poziom standardów etycznych i standardów postępowania, które powinny być przestrzegane przez naszych dostawców i partnerów biznesowych. Wytyczne nie powinny być traktowane same w sobie jako zobowiązania umowne, ale mogą być za takie traktowane, jeżeli między stronami istnieje wiążący prawnie stosunek umowny w zakresie, którego wytyczne te dotyczą.

W 2020 roku współpracowaliśmy z ponad 2 tysiącami rzetelnych dostawców oferujących swoje produkty i usługi. Chcemy mieć pewność, że kierują się oni podobnymi do naszych wartościami i zasadami w codziennym prowadzeniu działalności.

Jeśli łączna wartość umów z danym dostawcą przekracza 100 000 PLN, zostaje on objęty programem stałego monitorowania i oceny oraz jest zobowiązany do zaakceptowania i podpisania Kodeksu Postępowania oraz Kwestionariusza dla Dostawców i Partnerów Biznesowych, a także złożenia pisemnej deklaracji zgodności z zasadami inicjatywy ONZ Global Compact. Pozwala nam to zweryfikować ich postępowanie pod względem etycznym, społecznym i środowiskowym. W 2020 roku Allegro miało ponad 430 takich dostawców.

Zobowiązania dostawców i partnerów biznesowych oparte są na 10 zasadach inicjatywy Global Compact Organizacji Narodów Zjednoczonych i obejmują:

- Zgodność z przepisami
- Poszanowanie praw człowieka
- Zapewnienie pracownikom najwyższych standardów i warunków pracy
- Ochronę środowiska naturalnego

REPREZENTACJA PRACOWNIKÓW

Pracownicy Allegro nie są objęci układami zbiorowymi pracy, a organem przedstawicielskim pracowników jest Reprezentacja Pracowników.

3.4. Odpowiedzialność wobec klientów i sprzedawców

Obowiązujące umowy i regulaminy

Aktualnie obowiązujące dokumenty Allegro.pl dotyczące klientów i sprzedawców:

- Regulamin Allegro wraz z załącznikami
- Towary zakazane i dopuszczone warunkowo;
- Zasady tworzenia opisu Transakcji;
- Polityka przerw technicznych oraz rekompensat za awarie techniczne;
- Opłaty i prowizje;
- Polityka ochrony prywatności;
- Zasady konta Junior;
- Regulamin usługi PayU;
- Regulamin usługi Przelewy 24;
- Pouczenie o odstąpieniu od umowy oraz wzór oświadczenia o odstąpieniu;
- Program Ochrony Kupujących.
- Dodawanie produktów
- Korzystanie z baz danych Allegro.pl oraz dostępnych w ramach Allegro
- Regulamin usługi „Allegro Smart!” dla Sprzedających
- Allegro Lokalnie
- Ogólne warunki współpracy w zakresie sprzedaży wysyłkowej produktów leczniczych
- Społeczność Allegro
- Regulamin świadczenia Usługi Dostawy
- Regulamin świadczenia Usługi Dostawy w ramach Allegro Lokalnie
- Oferty charytatywne
- Ogólne warunki współpracy w zakresie sprzedaży voucherów podlegających wymianie na usługi medyczne
- Umowa powierzenia przetwarzania danych osobowych

Bezpieczeństwo klientów

Bezpieczeństwo i wygoda klientów oraz sprzedawców mają dla Allegro kluczowe znaczenie. Bezpieczeństwo klientów Allegro jest zapewnione przez:

- Program Ochrony Kupujących
- Program Współpraca w Ochronie Praw
- Ograniczanie sprzedaży towarów nieoryginalnych na platformie
- Zgłaszanie naruszeń praw i szybka reakcja na takie zgłoszenia
- Współpraca z agencjami rządowymi w celu wycofania produktów, które nie spełniają określonych norm lub nie są dopuszczone na rynek:
- Protokołu Ustaleń w Sprawie Sprzedaży Podrabianych Towarów (Memorandum of Understanding on the sale of counterfeit goods via the internet) podpisany pod auspicjami Komisji Europejskiej
- Współpraca z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz miejskimi i powiatowymi rzecznikami konsumentów, w tym wspólne konsultacje, opinie i analizy
- Koalicja Antysmogowa wraz z Polskim Alarmem Smogowym oraz Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów
- Zasady dotyczące towarów zakazanych i dopuszczonych warunkowo
- Program Bezpieczne z@kupy w sieci
- Jakość mojej sprzedaży – transparentne oceny kupujących

PROGRAM OCHRONY KUPUJĄCYCH (POK)

Dzięki gwarancji bezproblemowych zakupów na każdym etapie transakcji aż 90% naszych klientów ocenia zakupy na platformie Allegro jako bezpieczne. Mogą oni skorzystać z rekomendacji oraz komentarzy pozostawionych przez innych klientów. Aby jeszcze lepiej chronić swoich klientów, Allegro wprowadziło Program Ochrony Kupujących, dzięki któremu mają oni gwarancję odzyskania swoich pieniędzy w przypadku jakichkolwiek problemów z zakupem.

Programem objęte są wszystkie transakcje w Allegro i oferty w Allegro Lokalnie, w których za towar zapłacono przelewem lub za pośrednictwem platformy. Klienci, którzy doświadczyli problemów z transakcją na Allegro (np. nie otrzymali zakupionych towarów lub nie uzyskali zwrotu pieniędzy po odstąpieniu od umowy, otrzymali produkt niezgodny z opisem lub uszkodzony) mają prawo do zwrotu nawet do 10 000 PLN. W 2020 r. procedurę zgłaszania incydentu uproszczono do niezbędnego minimum. Wystarczy wypełnić formularz online, a staje się to jeszcze prostsze, jeśli problem został zgłoszony w dyskusji rozpoczętej na platformie. Wygodę korzystania z programu zwiększa dodatkowo brak konieczności załączania dokumentów tożsamości (w sytuacjach niebudzących wątpliwości, czyli w 85% przypadków).

W 2020 roku w badaniu NPS (Net Promoter Score) przeprowadzonym wśród klientów korzystających z POK, Allegro uzyskało wynik +71,32 (a najwyższy możliwy wynik to 100). Oznacza to, że większość klientów poleca Allegro jako bezpieczne miejsce do robienia zakupów, a program POK jest przez nich dobrze postrzegany.

Program Ochrony Kupujących w Allegro	2020	2019
% klientów, którzy uważają, że zakupy na Allegro są bezpieczniejsze lub równie bezpieczne, co na innych platformach	93 03%	92 0%
Wskaźnik NPS wśród klientów Allegro korzystających z POK	+71 32	+66 73
Średnia liczba transakcji na Allegro.pl przypadająca na jeden zwrot w ramach POK	7 440	12 030
Średni czas oczekiwania na otrzymanie zwrotu	5 days	5 days
Średni czas oczekiwania na otrzymanie zwrotu – użytkownicy usługi SMART	12h	12h

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

PROGRAM WSPÓŁPRACA W OCHRONIE PRAW

Program Współpraca w Ochronie Praw powstał po to, aby eliminować z Allegro oferty sprzedaży przedmiotów i usług niezgodnych z prawem.

Rozpatrujemy zgłoszenia dotyczące naruszeń:

- prawa własności przemysłowej (na przykład sprzedaż przedmiotów nieoryginalnych),
- prawa autorskiego (na przykład wykorzystanie w opisie oferty zdjęć bez zgody właściciela autorskich praw majątkowych).

Chronimy:

- prawa właścicieli marek,
- sprzedających przed konsekwencjami prawnymi – często nieświadomych – naruszeń,
- kupujących przed zakupem towarów naruszających prawo.

Chcemy również zwiększać świadomość w kwestiach związanych z własnością intelektualną, ochroną praw i ich naruszeniami.

Aby zapewnić bezpieczeństwo kupującym, Allegro współpracuje z właścicielami praw wyłącznych w ramach Programu Współpraca w Ochronie Praw, który zrzesza obecnie ponad 1700 marek. Z największymi markami działamy również w ramach Protokołu ustaleń w sprawie sprzedaży podrobionych towarów w Internecie.

KOALICJA ANTYSMOGOWA

Jednym z najważniejszych problemów związanych z ochroną środowiska w Polsce jest jakość powietrza, którym oddychamy. Wiele polskich miast znajduje się na szczycie rankingów najbardziej zanieczyszczonych miast w Europie. Allegro od lat angażuje się w inicjatywy proekologiczne. W ramach Programu Współpraca w Ochronie Praw Allegro postanowiło podjąć działania na rzecz poprawy jakości powietrza poprzez wyeliminowanie z rynku domowych pieców węglowych, które nie spełniają obowiązujących norm.

Tak zwane „kopciuchy” nie spełniają norm przewidzianych w nowych przepisach dotyczących ochrony środowiska i są głównym źródłem tzw. niskiej emisji, czyli zanieczyszczeń powietrza pochodzących z domów jednorodzinnych i szeregowych. Aby rozszerzyć zakres swoich proaktywnych działań, w marcu 2020 r. Allegro podpisało porozumienie o współpracy z Ministerstwem Rozwoju, Polskim Alarmem Smogowym oraz Prezesem UOKiK. Allegro wspiera eliminowanie z rynku produktów, które nie spełniają wymaganych prawem parametrów.

Dodatkowo w celu zapewnienia wyższego poziomu bezpieczeństwa Allegro wprowadziło do swojego regulaminu zapis, zgodnie z którym oferowanie pieców jest możliwe wyłącznie w przypadku dołączenia do oferty wymaganej dokumentacji (certyfikatów).

Rezultaty działań Koalicji Antysmogowej

2020

Liczba usuniętych ofert dotyczących pieców węglowych, które nie spełniają wymogów prawnych i naruszają Regulamin Allegro

300

Jako że ochrona dzikiej przyrody jest dla Allegro niezwykle ważna, od lat współpracujemy z Polskim Towarzystwem Ochrony Przyrody Salamandra. Naszym głównym celem jest wyeliminowanie ofert dotyczących gatunków zagrożonych wyginięciem (CITES) oraz pomoc w walce z nielegalnym handlem dzikimi zwierzętami. Dzięki tej współpracy w 2020 roku nasi partnerzy zidentyfikowali tylko 196 takich ofert, które następnie zostały usunięte z platformy.

PROGRAM BEZPIECZNE Z@KUPY W SIECI

Program Bezpieczne z@kupy w sieci skierowany jest do uczniów w wieku 13-18 lat, jednej z najbardziej aktywnych grup wiekowych dokonujących zakupów online. Uczestnicy programu dowiadują się, jakie są najczęstsze zagrożenia związane z zakupami w sieci, jak weryfikować sprzedawców, jak bezpiecznie płacić za zakupy w cyberprzestrzeni, a także jak chronić się przed kradzieżą tożsamości. W 2020 roku zorganizowaliśmy 25 warsztatów, w większości online, dla ponad 2600 uczestników.

ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA REKLAMĘ I MARKETING

Sprzedaż i emisję reklam regulują:

- Regulamin sprzedaży i emisji reklam w ramach serwisu Allegro.pl
- Regulamin usługi ADs

Spółka dba o to, aby przekaz był jasny i jednoznaczny we wszystkich kanałach komunikacji z klientem, w tym w materiałach marketingowych, a jej model biznesowy został zbudowany z myślą o działaniu w najlepszym interesie klienta.

Doświadczenie klienta

Zespół Customer Experience pozostaje cały czas do dyspozycji klientów, szybko i sprawnie odpowiadając na pytania i udzielając wsparcia. Zespół ten korzysta z różnych kanałów komunikacji: zakładki Pomoc w serwisie Allegro, poczty elektronicznej, tradycyjnego formularza kontaktowego, czatu Allegro, usługi callback (prośba o telefon od konsultanta), aplikacji Whatsapp i Messenger. Seniorzy, którzy chcieliby założyć konto lub dowiedzieć się więcej na temat robienia zakupów na Allegro, mogą zadzwonić na specjalną infolinię dla Seniorów.

W 2020 roku uruchomiliśmy społeczność Allegro Gadane – nową platformę, na której kupujący i sprzedający otrzymują dostęp do informacji i opinii innych użytkowników. W pierwszym roku funkcjonowania serwis Allegro Gadane zanotował ponad 2 miliony odsłon, a dzięki treściom zamieszczonym przez społeczność udało się rozwiązać aż 200 tysięcy problemów. rywalizacja (np. wprowadzenie rang, rankingów itp.) i pozytywne interakcje kilkuset zaangażowanych użytkowników, pozwoliło na stworzenie zaangażowanej grupy, która poświęca swój czas, by udzielić odpowiedzi na pytania i pomagać innym.

Dyskusje	2020	2019
Liczba otwartych dyskusji	3 9 million	1 4 million
% dyskusji rozwiązanych pomyślnie	97%	96%

Allegro regularnie bada poziom satysfakcji swoich klientów. Każdy klient, który wchodzi na nasze strony, może wypełnić ankietę online, aby wyrazić swoją opinię na temat jakości obsługi i sposobu rozwiązania konkretnego problemu.

Dzięki wysokiemu poziomowi satysfakcji kupujących uzyskaliśmy najlepszy w swojej klasie wskaźnik NPS (Net Promoter Score) wynoszący 72, co stawia nas na równi z najpopularniejszymi markami konsumenckimi, takimi jak Starbucks (77), YouTube (59) i Spotify (46).

Regulamin platformy ma dla Allegro znaczenie nadrzędne, dlatego stale monitorujemy sprzedawców i oferty oraz analizujemy wszystkie zgłaszane problemy. Na przykład: Program Ochrony Kupujących, informacje zwrotne lub rozpoczęcie Dyskusji ze sprzedawcą (za pomocą platformy komunikacyjnej, na której kupujący i sprzedawca mogą rozwiązać zaistniały problem między sobą lub, na prośbę klienta, przy wsparciu ze strony pracownika Allegro).

POZASĄDOWE ROZWIĄZYWANIE SPORÓW DLA KONSUMENTÓW

Kupujący będący konsumentem ma możliwość skorzystania z pozasądowego sposobu rozpatrzenia reklamacji i dochodzenia roszczeń przed Stałym Polubownym Sądem Konsumenckim przy Wojewódzkim Inspektorze Inspekcji Handlowej w Poznaniu. Informacje o sposobie dostępu do tego trybu i procedur rozstrzygania sporów znajdują się pod następującym adresem: <http://www.uokik.gov.pl> zakładce „Rozstrzygnięcie sporów konsumenckich”. Użytkownik będący konsumentem ma również możliwość skorzystania z unijnej platformy ODR dostępnej pod adresem: <http://ec.europa.eu/consumers/odr/>. Szczegółowe informacje o tym, jak złożyć reklamację, można znaleźć tutaj.

Wsparcie klientów podczas pandemii COVID-19

Kupowanie produktów on-line jest łatwym i wygodnym sposobem robienia zakupów. Aby wesprzeć wszystkich, którzy w czasie pandemii chcą zachować dystans społeczny, a także zapewnić dostęp do różnorodnych produktów i zwiększyć bezpieczeństwo zakupów, Allegro przygotowało dla swoich klientów specjalny pakiet pomocowy. Od 17 marca do połowy czerwca 2020 roku Polacy mogli robić zakupy w wygodny i jednocześnie oszczędny sposób dzięki bezpłatnemu abonamentowi na usługę Allegro SMART!, oferującą darmową dostawę do punktu odbioru lub kurierem. Klienci bardzo docenili możliwość dokonywania bezkontaktowych i bezpiecznych zakupów. Allegro SMART! było dostępne za darmo dla osób, które jeszcze nie wykupiły abonamentu, a jego dotychczasowym użytkownikom zaoferowano możliwość bezpłatnego przedłużenia abonamentu.

Z bezpłatnego pakietu SMART! skorzystało łącznie ponad 2,5 mln kupujących, oszczędzając około 325 mln zł na kosztach dostawy.

INFOLINIA DLA SENIORÓW

Allegro uruchomiło specjalną infolinię, która od kwietnia do końca czerwca 2020 roku wspierała seniorów w robieniu zakupów online. Po wprowadzeniu ograniczeń w grudniu infolinia została ponownie uruchomiona. Aby jeszcze lepiej odpowiadać na potrzeby seniorów, Allegro nawiązało współpracę z Krajowym Instytutem Gospodarki Senioralnej (KIGS).

Specjalna infolinia dla obecnych i przyszłych klientów (616 271 777) to praktyczny i dostępny w czasie rzeczywistym przewodnik po świecie zakupów na Allegro. Infolinia jest czynna codziennie od 8:00 do 20:00 (z wyjątkiem świąt). Seniorzy najczęściej zadawali pytania dotyczące zakładania konta na Allegro, wyszukiwania produktów, kupowania, płacenia, wyboru sposobu dostawy itd. Aby korzystać z Allegro.pl, seniorzy potrzebują urządzenia podłączonego do Internetu (np. komputera lub smartfona) oraz adresu e-mail.

Odpowiedzialność wobec sprzedawców

Na Allegro działa ponad 128 000 profesjonalnych sprzedawców, z których większość to małe i średnie przedsiębiorstwa będące bardzo ważnym filarem polskiej gospodarki. Tworzą one miejsca pracy i są źródłem utrzymania dla rodzin w całej Polsce. Allegro inwestuje w edukację sprzedawców i klientów.

Dzięki abonamentowi sprzedawcy otrzymują dostęp do szeregu narzędzi wspierających sprzedaż na Allegro, które ułatwiają zarządzanie biznesem i zwiększają jego skuteczność.

PROGRAMY I NARZĘDZIA ALLEGRO DLA SPRZEDAWCÓW

Ambicją Allegro jest zbudowanie wygodnej przestrzeni dla sprzedawców, oferującej szeroki wachlarz funkcjonalności, dzięki którym będą oni w stanie efektywnie zarządzać sprzedażą na platformie. Realizujemy szereg programów zarówno dla obecnych, jak i nowych Sprzedawców, dzięki którym mogą oni poznawać dostępne narzędzia, uczyć się zarządzania swoimi ofertami i zwiększać swoją sprzedaż dzięki programom dostosowanym do ich segmentu, cyklu życia, aktywności na platformie itp.

Program Powitalny – przeznaczony dla nowych sprzedawców, którzy chcą rozpocząć swoją działalność na Allegro. Głównym celem tego programu jest wyeliminowanie barier wejścia i zachęcenie sprzedawców do szybszego rozpoczęcia sprzedaży. Nowi sprzedawcy otrzymują profesjonalne wsparcie i dostęp do szeregu narzędzi, a także uzyskują rabaty i możliwość zwrotu prowizji.

Program Super Sprzedawca – przeznaczony dla wszystkich Sprzedawców, którzy prowadzą swoją firmę na Allegro. Sprzedawcy, którzy osiągają dobre wyniki mierzone za pomocą obiektywnych wskaźników, takich jak wielkość sprzedaży, szybkość dostawy, ocena jakości przez kupujących i skuteczność rozpatrywania reklamacji, otrzymują indeksowany rating jakości, pozwalający zdobyć tytuł Super Sprzedawcy. Program ten pozwala nam zapewnić najwyższą jakość usług świadczonych przez naszych Sprzedawców. Kluczową korzyścią dla sprzedawców jest znaczek Super Sprzedawcy umieszczany przy ofertach, tak aby był on widoczny dla kupujących. Dodatkowo Super Sprzedawcy otrzymują pakiet Monet Allegro, które są automatycznie dodawane do ich ofert.

Program Rozwoju Sprzedawców – przeznaczony dla największych Sprzedawców z grup VIP i TOP Brand. Głównym celem projektu jest przyspieszenie dynamiki rozwoju największych i wysoko wyspecjalizowanych partnerów.

Programy aktywizacji – mające na celu wspieranie rozwoju Sprzedawców poprzez nagradzanie wybranych aktywności na platformie.

Oferowane przez Allegro narzędzia i usługi dla sprzedawców obejmują między innymi: Allegro Ads, Allegro Finanse, Promuj swoje oferty, Usprawnij sprzedaż, Wystawiaj ogłoszenia, Kredyt i leasing dla firm, Jakość mojej sprzedaży i Bezpłatne szkolenia online.

Wysyłam z Allegro to nowe narzędzie do realizacji zamówień. Allegro wprowadziło nową usługę odroczonej płatności w transakcjach między firmami. Dzięki niej sprzedawcy mogą sprzedawać i kupować towary z wydłużonym terminem płatności faktury. Trade Analytics to narzędzie analityczne pozwalające sprzedawcom uzyskać odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania dotyczące sprzedaży na Allegro. Sprzedawcy mogą również korzystać z programów dedykowanych.

JAKOŚĆ MOJEJ SPRZEDAŻY

W Allegro zostało wdrożone narzędzie do zarządzania sprzedażą i monitorowania trendów sprzedażowych. Obliczamy precyzyjnie wszystkie wskaźniki i prezentujemy informacje na temat jakości sprzedaży realizowanej przez sprzedawców. Mogą oni już na pierwszy rzut oka rozpoznać zarówno swoje atuty, jak i słabe strony, nad którymi muszą popracować. Dostępne informacje ułatwiają kontrolę jakości sprzedaży i pomagają sprzedawcom rozwijać swój biznes na Allegro.

Ocena sprzedaży to opinia o transakcji wystawiona przez kupującego. Ocenie może towarzyszyć komentarz opisowy. Dzięki zestawieniu sprzedaży sprzedawcy mogą sprawdzić, które obszary ich działalności cieszą się zainteresowaniem kupujących, a nad którymi warto popracować.

Większość procesów w Allegro jest zautomatyzowana, dzięki czemu możliwe jest osiągnięcie efektu skali, a także spersonalizowanie oferty edukacyjnej czy reklamowej tak, by spełniała, a nawet przewyższała oczekiwania kupujących.

Program edukacyjny

AKADEMIA ALLEGRO

Akademia Allegro to darmowy program edukacyjny online. W 2020 r. powstała platforma edukacyjna oferująca bezpłatne kursy online, która obecnie dostępna jest w dwóch wersjach językowych – polskiej i angielskiej. Platforma ta jest dostępna za darmo dla wszystkich użytkowników Allegro.pl, którzy mogą brać udział w kursach on-line, zapisywać się na webinaria czy słuchać podcastów. Na zawartość kursu składają się materiały wideo przygotowane przez ekspertów oraz animacje, podręczniki, artykuły, mapy myśli i materiały dodatkowe. Na platformie akademia.allegro.pl pracownicy Allegro i eksperci zewnętrzni poruszają szeroki zakres tematów – od sprzedaży na Allegro, przez reklamę i promocję, po rozwój osobisty czy bezpieczne zakupy w Internecie.

Akademia Allegro powstała, aby dzielić się wiedzą, ułatwiać rozwój firmom sprzedającym na Allegro oraz wspierać kupujących. Opublikowaliśmy liczne kursy, webinaria i podcasty dla ponad 128 000 profesjonalnych sprzedawców na Allegro, w których mogą oni znaleźć praktyczne informacje na temat sprzedaży, reklamy i promocji, a także rozwoju osobistego. Dzięki dużemu zróżnicowaniu tematów, wsparciu ze strony ekspertów wewnętrznych i zewnętrznych oraz atrakcyjnej formule firmy z całej Polski, głównie małe i średnie, mogą dowiedzieć się, jak rozwijać swój biznes.

To wyjątkowe narzędzie na rynku, zarówno ze względu na zakres i dobór tematów, jak i popularność wśród grupy docelowej. Jest ono dostępne za darmo dla wszystkich zainteresowanych.

Oto kilka przykładowych kursów, w których można wziąć udział: Bezpieczne zakupy w internecie – 8 zasad, Zaczynaj sprzedaż na Allegro oraz szereg innych kursów na temat tego, jak zwiększać sprzedaż na platformie, w tym: Projektowanie grafik na Allegro, Pakowanie paczek a zero waste, Analityka internetowa, Profesjonalna komunikacja w biznesie oraz Kryzysy w komunikacji z klientami. Kursy dodane w 2020 roku obejmują: Jak założyć działalność gospodarczą?, Rozpoczynanie działalności – krok po kroku, Jak uczyć się angielskiego?, Jakie masz prawa na zakupach online?, Jak znaleźć pracę, która spełnia Twoje oczekiwania?, Żyj w zgodzie z naturą oraz Zrozumieć RODO.

Kursy zawierają ponad 400 filmów eksperckich i animacji, podręczniki, artykuły, mapy myśli i materiały dodatkowe.

SZKOLENIA I WEBINARIA

W Allegro stworzyliśmy przestrzeń dla Sprzedawców, w której nie tylko dzielimy się wiedzą, ale również umożliwiamy nawiązywanie kontaktu. Jest to miejsce, w którym Sprzedawcy mogą dzielić się swoimi opiniami lub wątpliwościami, a także omawiać je z ekspertami. Spotkania organizowane przez Allegro opierają się na partnerstwie i pomagają w tworzeniu nowych rozwiązań, przede wszystkim zaś dają Sprzedawcom pewność, że ich głos jest słyszany.

Akademia Allegro	2020
Liczba kursów dostępnych w Akademii Allegro	50 (w tym 7 w jęz angielskim)
Liczba poradników dla sprzedawców i kupujących	60
Liczba webinarów	177
Liczba uczestników webinarów	18 791
Liczba unikalnych użytkowników, którzy weszli na stronę Akademii Allegro	962 087
Odslony na kanale YouTube	876 700
Liczba godzin obejrzanych materiałów wideo na kanale YouTube	8 800
Liczba ekspertów w Akademii Allegro	51 (5 zewnętrznych)
Średnia ocena (w skali do 10)	8.34

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

Wsparcie sprzedawców podczas pandemii Covid-19

Allegro uruchomiło serię projektów wspierających Polaków w walce z pandemią koronawirusa. Dla przedsiębiorców, zarówno obecnych sprzedawców Allegro, jak i nowych firm, przygotowano pakiet wsparcia dla sprzedawców, który miał pomóc im przetrwać trudny okres i rozpocząć sprzedaż na platformie.

Pakiet wsparcia dla sprzedających obejmował m.in. odroczenie płatności lub całkowite zniesienie opłat dla nowych firm na platformie przez pierwsze 3 miesiące. Dzięki temu wiele sklepów, które zostały zamknięte z dnia na dzień z powodu lockdownu, mogło szybko wznowić działalność i rozpocząć sprzedaż online. Dzięki trzymiesięcznemu pakietowi bezpłatnego wsparcia wiele firm mogło poprawić swoją sytuację finansową i stabilność funkcjonowania.

Dla nowo powstałych sklepów sprzedaż na platformie Allegro była znacznie szybszym i łatwiejszym rozwiązaniem umożliwiającym kontynuację działalności niż uruchomienie własnego sklepu internetowego. Podobne rozwiązanie Allegro zaproponowało również małym i często lokalnym firmom, które mogły sprzedawać swoje „artykuły pierwszej potrzeby” z zerową prowizją w kategorii Lokalny Rynek na Allegro Lokalnie. W pierwszym półroczu 2020 r. wartość oferowanego pakietu wyniosła 46 mln PLN.

W drugiej połowie roku nie zwolniliśmy tempa na platformie pojawiły się 34 tys. nowych firm, które wspieraliśmy finansowo i poprzez inicjatywy edukacyjne. Allegro powołało nawet dedykowany zespół, którego zadaniem jest wspieranie sprzedawców na początku ich wspólnej drogi z Allegro. W drugim półroczu 2020 r. wartość kolejnego pakietu pomocowego sięgnęła 109 mln PLN.

WEWNĘTRZNY SYSTEM ROZPATRYWANIA REKLAMACJI

Allegro.pl zapewnia funkcjonowanie wewnętrznego systemu rozpatrywania reklamacji w rozumieniu art. 11 ust. 1 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/1150 z dnia 20 czerwca 2019 r. w sprawie propagowania sprawiedliwości i przejrzystości dla użytkowników biznesowych korzystających z usług pośrednictwa internetowego. Reklamacje Użytkowników dotyczące kwestii wymienionych w tym rozporządzeniu mogą być składane za pośrednictwem <https://na.allegro.pl/skarga>. W 2020 r. otrzymaliśmy 1 282 reklamacji na prawie 2 000 000 wszystkich zgłoszeń do działu obsługi klienta.

POZASĄDOWE ROZWIĄZYWANIE SPORÓW DLA SPRZEDAWCÓW

Allegro.pl może podjąć próbę polubownego rozwiązania sporu z Użytkownikiem prowadzącym działalność gospodarczą, wykorzystując platformę do oferowania artykułów konsumentom, za pośrednictwem niezależnego mediatora, po uprzednim wyrażeniu przez Allegro.pl zgody na mediację. W przypadku zwrócenia się przez Użytkownika, o którym mowa w zdaniu poprzedzającym do Allegro.pl z propozycją mediacji i zaakceptowaniu tej propozycji przez Allegro.pl, mediacja będzie prowadzona przez mediatora z Wielkopolskiego Centrum Arbitrażu i Mediacji przy Wielkopolskiej Izbie Przemysłowo-Handlowej, zgodnie ze stosowanym przez Centrum regulaminem mediacji. Allegro.pl ponosić będzie rozsądną część całkowitych kosztów mediacji, które każdorazowo ustalane będą przez strony. Lista mediatorów oraz regulamin mediacji dostępne są pod adresem: <https://caim.com.pl/>.

Prywatność klientów i ochrona ich danych oraz cyberbezpieczeństwo

Zasady i polityki Grupy w obszarze prywatności klientów, ochrony ich danych oraz cyberbezpieczeństwa obejmują m.in.:

- Politykę bezpieczeństwa (w tym cyberbezpieczeństwa)
- Proces zarządzania incydentami
- Procedurę obiegu NDA
- Zasady przechowywania danych osobowych w Allegro.pl sp. z o.o.
- Procedurę wykonywania prawa do danych użytkowników Allegro.pl
- Procedurę zgłaszania naruszeń ochrony danych osobowych do Urzędu Ochrony Danych Osobowych
- Politykę zachowania ciągłości działania

Bezpieczeństwo i cyberbezpieczeństwo należą do priorytetowych obszarów zarządzania. Co dwa lata przeprowadzamy Ocenę Dojrzałości Cyberbezpieczeństwa, aby zweryfikować aktualny poziom bezpieczeństwa i wypracować metody jego zwiększenia. Podczas ostatniej oceny przeprowadzonej w 2019 roku Allegro uzyskało wynik powyżej średniej rynkowej. Allegro przeprowadza prywatne i publiczne programy Bug Bounty, a także wykonuje wiele testów penetracyjnych z udziałem firm zewnętrznych i własnych zasobów. Inwestujemy w rozwiązania związane z cyberbezpieczeństwem i usprawnieniami technicznymi. Allegro ma własny Zespół ds. cyberbezpieczeństwa (Computer Security Incident Response Team – CSIRT), który współpracuje z podmiotami wewnątrz organizacji i poza nią w zakresie rozwiązywania problemów związanych z bezpieczeństwem.

Zachowujemy pełną zgodność z przepisami RODO. Przestrzegamy wszystkich praw osób, których dane dotyczą, zgodnie z wymogami RODO. Część z nich podlega automatyzacji i jest dostępna na zasadzie samoobsługi, np. w zakresie uzyskania kopii danych, korekty danych itd. Uważnie śledzimy decyzje i wytyczne wydawane przez UODO i EROD, a następnie weryfikujemy i w razie potrzeby dostosowujemy swoje działania.

Dodatkowo Allegro przeprowadza audyty weryfikujące zgodność z przepisami RODO. Ostatni audyt został przeprowadzony między wrześniem a grudniem 2020 r. i nie wykazał żadnych istotnych problemów.

W 2020 r. nie odnotowano żadnych poważnych incydentów ani naruszeń ochrony danych. Najpoważniejszym incydentem w 2020 roku, który został zgłoszony do UODO, było zaginięcie listu poleconego zawierającego umowę o pracę. Zamknięta koperta wraz z dokumentami została odnaleziona w pojemniku na makulaturę w bloku, w którym mieszka adresat, co wskazuje na to, że ktoś mógł uzyskać dostęp do jego danych osobowych, w tym do informacji o wysokości wynagrodzenia. W świetle wytycznych ENISA, którymi kieruje się Grupa w przypadku incydentów związanych z ochroną danych osobowych, byliśmy zobowiązani do zgłoszenia tego faktu.

Wszystkie zatrudnione osoby przechodzą szkolenia z zakresu polityki bezpieczeństwa i zasad RODO (obejmujące informacje ogólne oraz wewnętrzne polityki i procedury), które odbywają się podczas sesji onboardingowych i są powtarzane co roku. Dodatkowo zwiększamy świadomość dotyczącą bezpieczeństwa za pomocą dedykowanych informacji lub konkursów organizowanych przy różnych okazjach, takich jak Dzień Bezpiecznego Internetu, Dzień Ochrony Danych Osobowych, rocznica wejścia w życie RODO.

Bezpieczeństwo klientów i transakcji jest dla nas jednym z najważniejszych zagadnień, dlatego wdrożyliśmy dedykowane narzędzia i zespoły, które na co dzień zajmują się oszustwami dokonywanymi za pośrednictwem Platformy.

Naruszenia cyberbezpieczeństwa i prywatności danych	2020	2019
Naruszenia cyberbezpieczeństwa	0	0
Naruszenia prywatności danych (zgłoszone do odpowiednich organów)	1	0

3.5. Odpowiedzialność środowiskowa

PODEJŚCIE W KWESTII WPŁYWU NA ŚRODOWISKO

W Strategii CSR i Zrównoważonego Rozwoju Allegro wyznaczono cele środowiskowe, które mają pomóc klientom w dokonywaniu odpowiedzialnych wyborów, poprzez eksponowanie i promowanie produktów zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju, a także zmniejszanie śladu węglowego w procesie dostawy produktów. Dążymy do tego, aby nasza działalność była bardziej przyjazna dla środowiska i budujemy nasz łańcuch wartości w transparentny, odpowiedzialny i zrównoważony sposób. Naszą ambicją jest ciągle zmniejszanie naszego negatywnego wpływu na środowisko, w szczególności poprzez redukcję emisji. Dążymy do tego, aby z roku na rok były one coraz niższe.

Wprowadzamy programy redukcji emisji dwutlenku węgla i zużycia energii poprzez: prowadzenie działań na rzecz redukcji emisji związanych z dostawami zamówień Allegro, wprowadzenie centrum logistycznego dla firm sprzedających na Allegro – obsługa przesyłek i zwrotów itd. dla małych firm, wprowadzenie opakowań wielokrotnego użytku, zmniejszenie udziału jednorazowych materiałów opakowaniowych, pomiar emisji z dostaw oraz użycie energii odnawialnej – inwestycje w wytwarzanie energii odnawialnej w nowych i istniejących obiektach logistycznych.

Zarządzanie środowiskowe

Biurowiec Q22 (w którym obecnie znajdują się biura firmy) uzyskał certyfikat BREEAM na poziomie „Excellent”^[11], osiągając bardzo wysoki wynik w tej kategorii w Polsce. Budynek Pixel (siedziba główna w Poznaniu) uzyskał certyfikat BREEAM na poziomie „Very Good”. BREEAM to międzynarodowy system, który zapewnia niezależną, zewnętrzną certyfikację oceny poszczególnych budynków, społeczności i projektów infrastrukturalnych pod kątem zgodności z zasadami zrównoważonego rozwoju.

W poznańskim budynku Pixel zastosowano szereg rozwiązań proekologicznych, m.in.: zbiornik na wodę deszczową do podlewania roślin, rekuperator w instalacji wentylacyjnej, rozbudowany system BMS umożliwiający bieżącą kontrolę parametrów dotyczących całego budynku (temperatury czy zużycia mediów), chłodnice typu dry-cooler dla agregatów chłodniczych, filtry wielokrotnego użytku wyłapujące pyłki i zanieczyszczenia z powietrza, instalacja wentylacji bytowej, instalacja wody lodowej, łąka na dachu itp.

W naszym nowym magazynie zostaną zainstalowane stacje ładowania pojazdów elektrycznych. Magazyn jest również w trakcie uzyskiwania certyfikatu BREEAM na poziomie „Good”. Przewidywany termin zakończenia tej procedury to marzec 2021 roku.

W serwerowni, z której korzystamy jako Allegro realizowany jest projekt mający na celu poprawę efektywności energetycznej poprzez budowę instalacji fotowoltaicznej oraz wykorzystanie ciepła odpadowego w centrum przetwarzania danych. Wszystkie podjęte działania mają na celu zwiększenie oszczędności energii elektrycznej oraz zmniejszenie emisji zanieczyszczeń powietrza. Inteligentny system zarządzania energią umożliwia szacunkową redukcję emisji CO₂ o 1 017 [ton/rok].

[11] W ramach systemu BREEAM przyznawane są certyfikaty na jednym z sześciu poziomów: „Acceptable” (wyłącznie w ramach certyfikacji „In-Use”, czyli dotyczącej już istniejącego budynku), „Pass”, „Good”, „Very Good”, „Excellent” i „Outstanding”.

WSKAŹNIKI ŚRODOWISKOWE

W porównaniu do ubiegłego roku emisja gazów cieplarnianych (GHG) (obliczana metodą market-based) wzrosła w 2020 r. o 10,91%. Emisje bezpośrednie w Zakresie 1 zmniejszyły się o 29,51% w wyniku mniejszego zużycia paliwa. Emisje w Zakresie 2 wzrosły o 13,58% z powodu większego zużycia zakupionej energii elektrycznej. Emisje w Zakresie 3 wzrosły o 8,42%, głównie z powodu większej liczby wysyłek i wprowadzenia na rynek większej liczby opakowań.

W porównaniu do ubiegłego roku całkowita emisja GHG (obliczana metodą market-based) w przeliczeniu na GMV (w mln PLN) zmniejszyła się w 2020 r. o 27,98%. Spadek ten wynikał głównie z intensywnego wzrostu działalności operacyjnej przy zwiększonym zużyciu energii elektrycznej w serwerowniach.

Emisja GHG [w tonach CO ₂ e] ^[1]	2020	2019
Zakres 1	226 10	320 75
Zakres 2 (metoda location-based)	8286 30	7509 56
Zakres 2 (metoda market-based)	8464 35	7452 01
Zakres 3	3046 33	2809 84
Zakres 1+2+3 (metoda location-based)	11 558 73	10 640 15
Zakres 1+2+3 (metoda market-based)	11 736 78	10 582 60

[1] Gazy cieplarniane zidentyfikowane i uwzględnione w obliczeniach to CO₂, CH₄ i N₂O, które zostały wyrażone jako ekwiwalent CO₂. Nie zidentyfikowano biogenicznych emisji CO₂. Jako rok bazowy przyjęto emisje z roku 2019. Źródłem wskaźników emisji były publikacje KOBIZE (Krajowy Ośrodek Bilansowania i Zarządzania Emisjami) dotyczące benzyny, oleju napędowego, gazu ziemnego, energii elektrycznej i ciepła. Dla innych źródeł emisji wykorzystano bazę danych DEFRA (Department of Environment, Food and Rural Affairs in the British Government) oraz bazę danych Ecoinvent 3.6. Współczynniki GWP przyjęto na podstawie Czwartego Raportu Oceny (AR4). Obliczenia przeprowadzono dla każdej jednostki zależnej, a wyniki skonsolidowano stosownie do kontroli operacyjnej. Uwzględniono 100% emisji z poszczególnych lokalizacji Grupy Allegro. Wielkość emisji z produkcji zużytej energii elektrycznej obliczono według dwóch metod: metody location-based (emisja związana z energią elektryczną obliczona z wykorzystaniem średniego krajowego wskaźnika emisji) oraz metody market-based (emisja związana z energią elektryczną obliczona z wykorzystaniem wskaźnika emisji właściwego dla sprzedawcy energii). W przypadku metody location-based zastosowano średni wskaźnik emisji dla Polski. W metodzie market-based zastosowano wskaźniki dla dostawców energii.

Źródło emisji GHG [w tonach CO ₂ e]	2020	2019
Zakres 1		
Gaz ziemny	190 92	226 84
Olej napędowy	14 18	4 20
Benzyna	21 00	48 71
Zakres 2		
Energia elektryczna	7 882 21	7 042 43
Ciepło	582 15	409 58
Zakres 3		
Zakupione towary i usługi	340 99	188 20
Przetwarzanie sprzedanych produktów wycofanych z eksploatacji	6 41	3 29
Downstream – wynajęte aktywa	87 04	79 32
Działania związane z paliwami i energią nieuwzględnione w Zakresie 1 lub Zakresie 2	1 248 02	1 249 88
Odpady powstające podczas eksploatacji	4 93	0 23
Podróże służbowe	73 55	649 21
Downstream – transport i dystrybucja	1 285 38	639 70
Emisja całkowita	11 736 78	10 582 60
Emisja całkowita (w tonach CO₂e) w stosunku do GMV (w mln PLN)	0 33	0 46

Obliczenia dotyczące emisji GHG zostały przeprowadzone zgodnie z następującymi normami: The Greenhouse Gas Protocol A Corporate Accounting and Reporting Standard Revised Edition, GHG Protocol Scope 2 Guidance oraz Corporate Value Chain (Scope 3) Accounting and Reporting Standard.

Poniższa tabela przedstawia nasze wskaźniki dotyczące zużycia energii, materiałów, wody, odpadów i podróży służbowych.

Zużycie energii	2020	2019
Energia elektryczna [GJ]	38 301 20	35 297 50
Energia cieplna [GJ]	6 032 60	4 244 37
Gaz ziemny [GJ] – magazyn	3 445 61	4 092 44
Benzyna [GJ]	303 24	703 42
Olej napędowy [GJ]	191 34	609 99
Łączne zużycie energii [GJ]	48 273 99	44 947 72

Zużycie mediów	2020	2019
Energia elektryczna (w MWh)	10 639 22	9 763 99
Energia cieplna (w GJ)	6 032 60	4 244 37
Gaz ziemny (m ³) – magazyn	94 296 82	111 754 36
Benzyna (l)	9 066 31	21 031 32
Olej napędowy (l)	5 297 29	16 887 84
Zużycie wody (m ³)	4 627 03	9 771 57

Materiały zakupione w biurach	2020	2019
Papier (ryzy)	2 438 00	3 080 00
Koperty [szt.]	70 000	190 000
Papier do drukarek [kg]	1 671 90	2 531 20

Opakowania zużyte w magazynie [tony]	2020	2019
Opakowania kartonowe – 70% papieru z recyklingu	234 85	117 05
Oryginalna folia stretch – bez recyklingu	48 80	22 40
Drewno półpaletowe	9 97	10 98
Wypełniacze foliowe w pełni podlegające recyklingowi, folia HDPE	7 30	3 50

Odpady	2020	2019
Odpady [t]	183 76	10 59

Dane z roku 2019 nie obejmują odpadów magazynowych.

Podróże służbowe	2020	2019
Podróże lotnicze [km]	292295 00	3 047 158 00
Podróże kolejowe [km]	552543 00	2 389 917 00

W latach 2019 i 2020 nie zostały uwolnione żadne czynniki chłodnicze.

3.6. Wpływ społeczny

Działalność społeczna Allegro obejmuje edukację technologiczną, w tym edukację młodzieży, działalność charytatywną oraz zaangażowanie pracowników w działalność społeczną.

Fundacja Allegro All For Planet jest częścią Grupy. Fundację Allegro All For Planet założyliśmy w 2008 roku, aby podnosić świadomość ekologiczną Polaków i promować zachowania przyjazne środowisku. Łączymy ekologię i zrównoważony transport z technologią.

Promujemy rower jako najbardziej ekologiczny środek transportu, rozwijamy infrastrukturę rowerową, zachęcamy do prowadzenia zdrowego trybu życia, a także pobudzamy do dyskusji na te tematy. W działaniu fundacji angażujemy naszych pracowników, aktywistów rowerowych i samorządy.

Działania w zakresie wpływu społecznego zostały przedstawione w strategii CSR i Zrównoważonego Rozwoju na lata 2020-2023. Nasze główne cele w tym zakresie są następujące:

Inwestowanie w edukację i rozwój umiejętności młodych	<ul style="list-style-type: none"> Długoterminowe programy edukacyjne dla młodzieży (otwarte lub skierowane do wybranych grup) w celu rozwijania umiejętności w zakresie przedsiębiorczości i technologii Inicjatywy edukacyjne i mentorskie dla młodzieży Współpraca z uczelniami w celu zwiększenia stosowalności kursów uniwersyteckich i rozwoju umiejętności zwiększających szanse na zatrudnienie studentów
Wspieranie społeczności, w których prowadzimy naszą działalność	<ul style="list-style-type: none"> Kontynuacja i zwiększanie skali działania platformy Allegro Charytatywni Kontynuacja i zwiększanie skali istniejących inicjatyw Współpraca z wybranymi organizacjami charytatywnymi Lokalne zbiórki pieniędzy na Allegro Lokalnie Rozwój programów wolontariatu pracowniczego Udział w hackathonach, które podejmują tematykę związaną z interesariuszami Allegro (np. seniorzy, osoby z niepełnosprawnościami) oraz zrównoważonym rozwojem (np. odpowiadają na zmiany klimatyczne, dotyczą inteligentnych miast)
Polityka działalności społecznej, charytatywnej i sponsoringowej	<ul style="list-style-type: none"> Opracowanie i wprowadzenie polityki działalności społecznej, charytatywnej i sponsoringowej, która określi zakres działań i sposób funkcjonowania Allegro.eu w tym obszarze.

Edukacja technologiczna

Edukacja, szczególnie technologiczna jest dla nas jednym z priorytetowych działań. Allegro Tech tworzy społeczność ponad 1000 ekspertów z dziedziny technologii, którzy dzielą się swoją wiedzą i doświadczeniem z innymi. Jedną z głównych inicjatyw Allegro Tech, która na stałe wpisała się w kalendarz wydarzeń w branży IT, jest Allegro Tech Talks. To cykl spotkań, w czasie których eksperci Allegro opowiadają o projektach realizowanych w naszej organizacji, problemach, z którymi zdarza nam się mierzyć oraz oryginalnych rozwiązaniach, które wdramy.

Hackathony organizowane przez Allegro skierowane są przede wszystkim do studentów i przyszłych pracowników. Firma wspiera tym samym rozwój ich kompetencji i pomaga zdobyć doświadczenie przy programowaniu pod okiem mentorów. W 2020 r. byliśmy partnerem HackYeah Online hackaton skupionym na walce z COVID-19. W listopadzie 2020 r. w ramach Gov.Tech Festival odbyło się spotkanie Strong Women = Strong Tech – how to build career in technology sector, w którym programistki i project managerowie Allegro dzielili się wiedzą i doświadczeniem jak rozpocząć karierę w technologii, jak tworzyć różnorodne zespoły również w obszarach IT.

DŁUGOTERMINOWE PROGRAMY EDUKACYJNE DLA MŁODZIEŻY

W ramach partnerstwa i dzielenia się wiedzą Allegro jest od 2018 r. partnerem strategicznym nowatorskiego, intensywnego programu edukacyjnego i mentorskiego Szkoła Pionierów PFR skierowanego do młodych, początkujących przedsiębiorców w branżach nowych technologii. Celem programu jest wsparcie ludzi będących na początku swojej drogi zawodowej w tworzeniu innowacyjnych projektów, które w dalszej perspektywie mogą zostać skomercjalizowane i wejść na rynek polski, a następnie – globalny. Od sierpnia 2019 roku Allegro jest także partnerem Centralnego Domu Technologii, w ramach którego dba o edukację młodego pokolenia i przekazywanie wiedzy praktycznej. Allegro jest partnerem ścieżki edukacyjnej "Technologia", a eksperci z firmy dzielą się chętnie wiedzą na spotkaniach i warsztatach z młodzieżą w oparciu o metodę STEAM (Science, Technology, Engineering, the Arts, Mathematics). Od 2018 roku 150 Pionierów ukończyło program edukacyjny. W 2020 roku było to 50 osób, które stworzyło 12 zespołów założycielskich biorąc udział w warsztatach w 28 obszarach tematycznych.



Akcje charytatywne

CHARYTATYJNI.ALLEGRO.PL – PLATFORMA CHARYTATYWNA ALLEGRO

Allegro Charytatywni to wirtualna przestrzeń, gdzie każda organizacja pożytku publicznego może prowadzić zbiórkę środków na ważne dla siebie cele społeczne. Bez żadnych opłat czy prowizji. Dostarczamy niezbędne rozwiązania technologiczne oraz angażujemy się w wybrane akcje w roli partnera. Klienci Allegro chcący wesprzeć osobę lub inicjatywę mogą zarówno wystawiać własne przedmioty na wybrany cel zbiórki, jak i kupować wyjątkowe rzeczy na aukcjach charytatywnych. Podczas niektórych akcji charytatywnych klienci mogą skorzystać z opcji wpłaty bezpośredniej – to najczęściej Wirtualna Puszka czy szybka wpłata przez PayU.

W 2020 r. udało się zebrać prawie 19,4 mln zł dzięki 838,5 tys. ofert wystawionych na 2,4 tys. celów na rzecz 401 organizacji pozarządowych.

POMOC ALLEGRO W WALCE ZE SKUTKAMI PANDEMII

Od wielu lat Allegro udostępnia narzędzia do prowadzenia działań charytatywnych, angażując w nie miliony Polaków. W obliczu pandemii Allegro stworzyło program wsparcia polskiej opieki zdrowotnej, wykorzystując również ogromne doświadczenie w tej dziedzinie Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy, z którą współpracuje od wielu lat, a także przekazując darowiznę na walkę ze skutkami pandemii Fundacji Lekarze Lekarzom.

Włączając klientów i społeczeństwo w pomoc, Allegro zorganizowało również zbiórkę charytatywną, która zapewni dalsze wsparcie finansowe Funduszowi i pozwoli na zakup niezbędnego sprzętu chroniącego życie i zdrowie Polaków. Łącznie udało nam się zebrać 213 865 PLN na Fundusz Interwencyjny Fundacji Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. Za zebrane środki Fundacja zakupiła najpotrzebniejszy sprzęt do służby zdrowia. Dzięki darowiźnie w wysokości 2 mln PLN Fundacja Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy zakupiła 24 respiratory dla polskich szpitali.

Podczas pierwszej fali epidemii Allegro ufundowało 2 kompletne laboratoria testowe w Warszawie i Poznaniu, zakupiło i dostarczyło 365 tys. maseczek i 8 tys. litrów płynów dezynfekujących dla ponad 40 szpitali i placówek służby zdrowia w całej Polsce. Firma zakupiła również 10 drukarek 3D dla sopoczkich gimnazjalistów, co pozwala produkować 400 przyłbic dziennie dla lekarzy i pielęgniarek. Allegro dostarczało też świeże owoce i warzywa do szpitali w pięciu miastach. Przekazano 22 tony owoców.

Darowizna w wysokości 1 mln zł przekazana na rzecz Fundacji Lekarze Lekarzom pozwoliła na wyposażenie 31 szpitali w środki ochrony osobistej, dzięki czemu 31 szpitali otrzymało 78,8 tys. maseczek (FFP2 i FFP3) oraz 4 tys. rękawiczek.



ALLEGRO DLA WOŚP

Od lat Allegro angażuje się w pomoc Wielkiej Orkiestrze Świątecznej Pomocy – Aukcje Allegro dla WOŚP biją rekordy popularności. Aktywność Allegro wokół 29. Finału WOŚP skupia się na 6 głównych obszarach: aukcje Allegro dla WOŚP, rzeczy od Serca: platforma wideo-społecznościowa angażująca gwiazdy, celebrytów, sportowców, pisarzy, polityków i wszystkich klientów Allegro do wystawiania przedmiotów na cel zbiórki WOŚP oraz nagrywania wideo z ich opisem, wirtualna puszka, streamingi, zaangażowanie w finał w Studio i Sztab Allegro – wolontariat pracowników Allegro. W 2020 r. po raz 20. Allegro włączyło się do działania. Udało się zebrać 14,9 mln zł, dzięki 195 tys. przedmiotom wystawionym przez sprzedawców, 752 tys. zł zebranych w wirtualnej puszcze oraz 386 filmom na rzeczyodserca.pl.

KAŻDA PACZKA MOŻE BYĆ SZLACHETNA

Każda Paczka Może być Szlachetna to projekt, który miał na celu wsparcie NGO "Wiosna", która jest właścicielem projektu społecznego – "Szlachetna Paczka". W tym roku Szlachetna Paczka wraz z Allegro uruchomiły Bożonarodzeniową kampanię społeczną "Każda Paczka może być Szlachetna" oraz zbiórkę charytatywną na Allegro (od 1 do 27 grudnia) w celu realizacji potrzeb Szlachetnej Paczki. Mechanika kampanii jest ściśle powiązana z zakupami realizowanymi przez wolontariuszy, a które wspierają rodziny w trudnej sytuacji materialnej. Darczyńcy i wolontariusze otrzymali od zespołu Szlachetnej Paczki materiały zachęcające ich do robienia zakupów dla potrzebujących rodzin – bezpośrednio na Allegro. Podczas zbiórki cegiełek na Allegro.pl udało się zebrać 535 331 zł.

KOLACJA MARZEŃ

W 2020 roku odbyła się 7. edycja ogólnopolskiej akcji organizowanej przez Fundację Mam Marzenie i Allegro. Każdy może włączyć się do akcji, licytując kolację z gwiazdą lub przekazując darowiznę. Wszystkie pieniądze zebrane w ramach akcji są przeznaczane na spełnianie marzeń podopiecznych Fundacji Mam Marzenie.

SIEPOMAGA BOHATEROM

Zbiórka pieniędzy zorganizowana przez Muzeum Powstania Warszawskiego w celu wsparcia finansowego Powstańców Warszawskich.

PODARUJ MISIA (PODARUJMISIA.ALLEGRO.PL)

W 2020 roku odbyła się 15. edycja akcji „Podaruj misia”! Kupując misie, darczyńcy wspierają podopiecznych Fundacji TVN „Nie jesteś sam”. Zebrane z akcji środki finansowe zostały przekazane na leczenie i rehabilitację chorych dzieci. W tym roku, po raz kolejny, stroje dla misiów zaprojektowali projektanci wraz z gwiazdami.

LOKALNE ZBIÓRKI NA CELE CHARYTATYWNE I SPOŁECZNE NA ALLEGRO LOKALNIE

Allegro Lokalnie od 2020 r. umożliwia tworzenie zbiórek. Dzięki nim każdy klient Allegro Lokalnie może wesprzeć lokalne inicjatywy charytatywne i społeczne podczas zakupów na tej platformie. Równocześnie organizacje często działające na mniejszą skalę mogą otrzymać wsparcie. Klienci Allegro mogą wystawić przedmiot w ramach określonej zbiórki – wystarczy wyszukać daną inicjatywę i określić jaki procent ze sprzedaży (od 10% do 100%) ma zostać przeznaczony na określony cel.

Mogą również zakupić przedmiot wspierający wybraną inicjatywę, a po opłaceniu przedmiotu pieniądze zasilą konto zbiórki. Klienci mogą wybierać z ponad 150 inicjatyw wspierających na przykład: domy dziecka, schroniska czy potrzeby lokalnych szkół lub gmin.

Przez 5 miesięcy funkcjonowania zbiórek organizacje zebrały ponad 170 tys. zł w 178 zbiórkach. Aż 65% wszystkich zakończonych zbiórek zebrało całą potrzebną kwotę do zrealizowania celu.

Wystawiony przedmiot pojawi się zarówno na Allegro Lokalnie jak i Allegro.pl, dzięki temu oferta może dotrzeć do ponad 18 mln klientów.

Porównując kwoty zebrane przez inne portale crowdfundingowe w pierwszych miesiącach ich funkcjonowania, zbiórki na Allegro Lokalnie plasują się na bardzo wysokiej pozycji pod kątem skuteczności zbierania funduszy.

PROGRAM MAM SWOJE ALLE

W 2020 r. zainaugurowany został także program Mam Swoje Alle. Jest to projekt edukacyjny Allegro w partnerstwie z Fundacją Zwolnieni z Teorii, którego celem jest rozwijanie i promowanie kompetencji przedsiębiorczości wśród uczniów (od 12 lat), którzy dzięki zbiórkom na Allegro Lokalnie mogą zebrać fundusze na wybrany przez siebie cel społeczny.

Program zaangażowania pracowników

#POMAGAMY_BO_UMIEMY – PROGRAM ZAANGAŻOWANIA PRACOWNIKÓW ALLEGRO

Nasi pracownicy od lat angażują się w działalność wolontariacką. Wspierają nie tylko znane ogólnopolskie inicjatywy, takie jak WOŚP czy Szlachetna Paczka, ale także angażują się w liczne działania charytatywne i edukacyjne na poziomie lokalnym. W odpowiedzi na bieżące potrzeby społeczne i wewnętrzne Allegro stworzyło w 2020 roku specjalny fundusz charytatywny o wartości 1,6 mln PLN (2 edycje), przeznaczony na wsparcie inicjatyw pracowników w walce z koronawirusem. W ramach kampanii #pomagamy_bo_umiemy pracownicy Allegro mogli wybrać organizacje i instytucje oraz zaproponować konkretne działania, które pomogły najbardziej potrzebującym, a w szczególności osobom dotkniętym skutkami pandemii. Z pomocy skorzystali seniorzy, dzieci i młodzież, osoby z niepełnosprawnością, w kryzysie bezdomności, i wykluczone społecznie, a także społeczności lokalne, pacjenci hospicjów i podopieczni domów pomocy społecznej, a także pracownicy służby zdrowia.

W ciągu dwóch edycji kampanii #pomagamy_bo_umiemy zrealizowano 77 projektów, w które zaangażowało się 200 pracowników Allegro. Dzięki nim do osób i instytucji najbardziej dotkniętych skutkami pandemii COVID-19 trafiła realna pomoc.

Wskaźniki	2020	2019
Darowizny przekazane przez Allegro.eu na wsparcie organizacji społecznych w walce z epidemią COVID-19	PLN 6 9 million	—
Platforma Charytatywni.Allegro.pl – zebrana kwota:	PLN 19 4 million	PLN 14 1 million
w tym Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy	PLN 14 9 million	PLN 12 0 million
Platforma Charytatywni.Allegro.pl – liczba ofert	838 500	884 025
Platforma Charytatywni.Allegro.pl – liczba organizacji	401	455
Liczba osób przyjętych do Szkoły Pionierów PFR	50	50
Zbiórki Allegro Lokalnie – zebrana kwota (od lipca 2020 r.)	PLN 170 000	—
Zbiórki Allegro Lokalnie – liczba zbiórek (od lipca 2020 r.)	178	—
kampania zaangażowania pracowników #pomagamyboumiemy – dwie edycje	77 projektów 200 pracowników	—



allegro

IV.

Skonsolidowane
Sprawozdanie
Finansowe

1.

Oświadczenie o odpowiedzialności

Allegro.eu
Société anonyme
1, rue Hildegard von Bingen, L – 1282 Luxembourg,
Grand Duchy of Luxembourg
R.C.S. Luxembourg: B214.830

OŚWIADCZENIE O ODPOWIEDZIALNOŚCI

Rada Dyrektorów potwierdza, że zgodnie z jej najlepszą wiedzą:

Niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe za 2020 r., które zostało przygotowane zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej przyjętymi przez Unię Europejską, przedstawia prawdziwy i rzetelny obraz aktywów, zobowiązań, sytuacji finansowej oraz zysku lub straty Spółki oraz jednostek objętych konsolidacją traktowanych jako całość, oraz że sprawozdanie Rady Dyrektorów zawiera rzetelną ocenę rozwoju i wyników spółki oraz sytuacji Grupy i jednostek objętych konsolidacją traktowanych jako całość, i zawiera opis najważniejszych czynników ryzyka i niepewności, przed którymi stoją.

Zatwierdzone przez Radę Dyrektorów i podpisane w jej imieniu przez:

Darren Huston

Dyrektor

François Nuyts

Dyrektor



Sprawozdanie z badania

Dla Akcjonariuszy
Allegro.eu S.A.

Sprawozdanie z badania skonsolidowanego sprawozdania finansowego

Nasza opinia

Naszym zdaniem załączone skonsolidowane sprawozdanie finansowe przedstawia rzetelny i jasny obraz skonsolidowanej sytuacji majątkowej i finansowej Allegro.eu S.A. („Spółka”) oraz jej jednostek zależnych („Grupa”) na dzień 31 grudnia 2020 roku oraz skonsolidowanego wyniku finansowego i skonsolidowanych przepływów pieniężnych Grupy za rok obrotowy zakończony w tym dniu zgodnie z mającymi zastosowanie Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej („MSSF”) zatwierdzonymi przez Unię Europejską.

Niniejsza opinia jest spójna z naszym sprawozdaniem dodatkowym dla Komitetu Audytu.

Przedmiot naszego badania

Przeprowadziliśmy badanie skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy, które zawiera:

- skonsolidowane sprawozdanie z sytuacji finansowej sporządzone na dzień 31 grudnia 2020 r.; oraz sporządzone za rok obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2020 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.

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

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 agré. Expert-comptable (autorisation gouvernementale n°10028256)
R.C.S. Luxembourg B 65 477 - TVA LU25482518



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 40 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

Rozpoznanie przychodów z platformy handlowej i rozliczanie programu Smart!.

Skonsolidowane przychody Grupy w 2020 roku wyniosły 3.997,8 mln zł. Istnieje wiele strumieni przychodów, które zostały opisane w nocie 9.2.

Przychody platformy handlowej wyniosły 3.231 mln i stanowią 80,8% przychodów Grupy za rok zakończony 31 grudnia 2020 roku.

W ramach działalności generującej przychody wpływ dostaw Smart! (program lojalnościowy) wykazuje koszt w wysokości 692,5 mln zł, który prezentowany jest w kosztach operacyjnych w pozycji "Koszt netto dostaw", ponieważ przewyższa on uzyskaną opłatę abonamentową. Ujawnienia dotyczące programu Smart! oraz kluczowych osądów zostały zawarte w notach 9.1 oraz 9.5 skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Zastosowanie zasad rozpoznawania przychodów w odniesieniu do przychodów

Jak nasze badanie odniosło się do tej sprawy

Nasze procedury audytowe dotyczące ujmowania przychodów obejmowały między innymi:

- Zrozumieliśmy i oceniliśmy ogólne środowisko kontroli IT oraz istniejące mechanizmy kontrolne;
- Sprawdziliśmy operacyjną efektywność kontroli 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;
- Zbadaliśmy wybrane kontrole wewnętrzne w procesie generowania przychodów platformy handlowej w obszarach: rejestracja ofert, przetwarzanie transakcji, naliczanie opłat, rejestracja płatności klientów, blokada sprzedaży;
- Wykorzystaliśmy automatyczne badanie przychodów do szczegółowego badania transakcji sprzedaży na rynku, które obejmuje automatyczne dopasowanie rekordów rozliczeniowych do płatności;
- Uzgodniliśmy zapisy billingowe z zestawieniem obrotów i sald;
- Przeanalizowaliśmy zapisy księgowe wpływające na przychody platformy handlowej, aby zidentyfikować wszelkie zapisy, które mogą być nieuzasadnione;
- Zbadaliśmy zobowiązania dotyczące umów z klientami w celu ustalenia, czy odpowiednie kwoty zostały ujęte w okresie;
- Oceniliśmy adekwatność założeń przyjętych przez



platformy handlowej i programu Smart! jest złożone i wymaga szacunków oraz zastosowania osądu kierownictwa co do definicji klienta lub rozważenia roli agenta vs. mocodawcy.

Ponadto, duża liczba transakcji, wysoki stopień automatyzacji procesu rozpoznawania przychodów oraz złożoność systemów i procesów stosowanych przez Grupę zwiększają 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.

Pierwsza oferta publiczna i powiązane transakcje

W październiku 2020 roku Grupa zadebiutowała na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, co zostało poprzedzone szeregiem działań związanych z restrukturyzacją kapitałową Spółki, w tym zmianą waluty funkcjonalnej z euro na polski złoty oraz konwersją wszystkich akcji na jedną nową klasę akcji zwykłych. Konwersja akcji oraz zmiana waluty funkcjonalnej zostały ujawnione w nocie nr 28 skonsolidowanego sprawozdania finansowego. Transakcje zostały ujęte w kapitale własnym i spowodowały obniżenie kapitału zakładowego o 425,7 mln zł, zwiększenie kapitału zapasowego o kwotę 865,7 mln zł oraz zmniejszenie zysków zatrzymanych o kwotę 440,0 mln zł.

Zamiana akcji wpłynęła na kalkulację zysku przypadającego na akcję przedstawioną w nocie 12.

Zarząd w procesie ustalania znaczących osądów dotyczących zastosowania MSSF 15;

- Oceniliśmy osądy kierownictwa związane z polityką rachunkowości programu Smart!; wzięliśmy również pod uwagę, czy nastąpiły zmiany stanu faktycznego i okoliczności w porównaniu z okresem poprzednim, w którym polityka rachunkowości została opracowana;
- Oceniliśmy adekwatność i kompletność ujawnionych informacji.

Nasze procedury audytowe obejmowały m.in.:

- Uzyskaliśmy i dokonaliśmy przeglądu uchwał Rady Dyrektorów dotyczących restrukturyzacji kapitałowej;
- Przeanalizowaliśmy przesłanki zmiany waluty funkcjonalnej Spółki, dokonaliśmy oceny osądu kierownictwa co do przyjęcia PLN jako nowej waluty funkcjonalnej oraz przeanalizowaliśmy sposób ujęcia zmiany waluty funkcjonalnej;
- Przeanalizowaliśmy koszty związane z pierwszą ofertą publiczną oraz alokację pomiędzy kwotą ujętą w kapitale własnym, a wynikiem finansowym;
- Przeprowadziliśmy rekalkulację zysku przypadającego na akcję i porównaliśmy ją z kalkulacją kierownictwa;
- Przeanalizowaliśmy cechy umowne programu motywacyjnego dla kadry zarządzającej, dokonaliśmy przeglądu zastosowanych modeli wyceny oraz odpowiedniego ujęcia księgowego;
- Oceniliśmy adekwatność i kompletność ujawnianych informacji.



Liczba akcji zwykłych zmniejszyła się po konwersji akcji, która została potraktowana jako odwrócony podział akcji i została odzwierciedlona retrospektywnie w kalkulacji zysku przypadającego na akcję. Pierwsza oferta publiczna doprowadziła również do zakończenia poprzedniego planu motywacyjnego dla kadry zarządzającej, co spowodowało obciążenie w wysokości 52,2 mln PLN.

Szczegóły dotyczące restrukturyzacji kapitałowej zostały opisane w nocie 28 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Transakcje te zostały zidentyfikowane jako kluczowa sprawa badania, ponieważ miały znaczący wpływ na ogólną sytuację finansową Grupy i wymagały osądów kierownictwa.

Inne informacje

Rada Dyrektorów jest odpowiedzialna za inne informacje. Inne informacje obejmują informacje zawarte w raporcie rocznym, w tym raport zarządu, 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.

Odpowiedzialność biegłego rewidenta ("Réviseur d'entreprises agré") za badanie skonsolidowanego sprawozdania finansowego

Naszymi celami są uzyskanie racjonalnej pewności, czy skonsolidowane sprawozdanie finansowe jako całość nie zawiera istotnego zniekształcenia spowodowanego oszustwem lub błędem oraz wydanie sprawozdania z badania zawierającego naszą opinię. Racjonalna pewność jest wysokim poziomem pewności, ale nie gwarantuje, że badanie przeprowadzone zgodnie z Rozporządzeniem UE nr 537/2014, Ustawą z dnia 23 lipca 2016 r. oraz z ISAs przyjętymi dla Luksemburga przez CSSF zawsze wykryje istniejące istotne zniekształcenie. Zniekształcenia mogą powstawać na skutek oszustwa lub błędu i są uważane za istotne, jeżeli można racjonalnie oczekiwać, że pojedynczo lub łącznie mogłyby wpłynąć na decyzje ekonomiczne użytkowników podjęte na podstawie skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

W ramach badania zgodnie z Rozporządzeniem UE nr 537/2014, Ustawą z dnia 23 lipca 2016 r. oraz z ISAs przyjętymi dla Luksemburga przez CSSF, stosujemy zawodowy osąd i zachowujemy zawodowy sceptycyzm w trakcie badania, a także:

- identyfikujemy i szacujemy ryzyka istotnego zniekształcenia skonsolidowanego sprawozdania finansowego spowodowanego oszustwem lub błędem, projektujemy i przeprowadzamy procedury badania odpowiadające tym ryzykom i uzyskujemy dowody badania, które są wystarczające i odpowiednie, aby stanowić podstawę dla naszej opinii. Ryzyko niewykrycia istotnego zniekształcenia wynikającego z oszustwa jest większe niż tego wynikającego z błędu, ponieważ oszustwo może dotyczyć 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.

3.

Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe

za rok zakończony 31 grudnia 2020 r.

Skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów

	Nota	01.01–31.12.2020	01.01–31.12.2019
Przychody	9	3 997 811	2 592 306
Koszty operacyjne		(2 410 979)	(1 266 916)
Koszty obsługi płatności		(152 889)	(133 730)
Wartość sprzedanych towarów i materiałów		(222 675)	(120 364)
Koszty dostaw netto		(692 509)	(268 530)
Koszty usług marketingowych		(564 670)	(306 921)
Koszty pracownicze netto		(490 109)	(294 415)
<i>Koszty pracownicze brutto</i>		<i>(608 854)</i>	<i>(373 070)</i>
<i>Skapitalizowane koszty prac rozwojowych</i>		<i>118 745</i>	<i>78 653</i>
Koszty usług IT netto		(61 398)	(39 949)
<i>Koszty usług IT brutto</i>		<i>(61 398)</i>	<i>(40 027)</i>
<i>Skapitalizowane koszty prac rozwojowych</i>		<i>—</i>	<i>78</i>
Pozostałe koszty netto		(125 782)	(79 290)
<i>Pozostałe koszty brutto</i>		<i>(156 336)</i>	<i>(94 930)</i>
<i>Skapitalizowane koszty prac rozwojowych</i>		<i>30 554</i>	<i>15 640</i>
Odpisy netto z tytułu utraty wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów z klientami	30	(39 378)	(22 350)
Koszty transakcyjne	8	(61 569)	(1 367)
Zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją		1 586 832	1 325 390

	Nota	01.01–31.12.2020	01.01–31.12.2019
Amortyzacja		(463 789)	(439 303)
Amortyzacja wartości niematerialnych i prawnych		(400 215)	(383 575)
Amortyzacja środków trwałych		(63 574)	(55 728)
Zysk z działalności operacyjnej		1 123 043	886 087
Wynik z działalności finansowej	10	(506 336)	(373 038)
Przychody finansowe		16 965	10 983
Koszty finansowe		(523 301)	(384 021)
Zysk przed opodatkowaniem		616 707	513 049
Podatek dochodowy	11	(198 147)	(119 974)
Zysk netto		418 560	393 075
Pozostałe całkowite dochody		(74 712)	(3 234)
– podlegające reklasyfikacji do zysku lub straty netto		(73 774)	(3 234)
Zysk/(Strata) na transakcjach zabezpieczających przepływy pieniężne		(104 980)	(20 203)
Transakcje zabezpieczające przepływy pieniężne – Przeniesienie z pozostałych całkowitych dochodów do zysku lub straty		38 926	17 580
Podatek odroczony dotyczący tych pozycji		(7 152)	(801)
Różnice kursowe z przeliczenia operacji zagranicznych		(568)	190
– niepodlegające reklasyfikacji do zysku lub straty netto		(938)	—
Aktualizacja wyceny zobowiązań z tytułu świadczeń po okresie zatrudnienia		(1 137)	—
Podatek odroczony dotyczący tych pozycji		199	—
Razem całkowite dochody w okresie		343 848	389 841
	Nota	01.01–31.12.2020	01.01–31.12.2019
Zysk netto okresu, przypadający na:		418 560	393 075
Akcjonariuszy Jednostki Dominującej		419 160	391 392
Udziały mniejszościowe		(600)	1 683
	Nota	01.01–31.12.2020	01.01–31.12.2019
Razem całkowite dochody w okresie, przypadające na:		343 848	389 841
Akcjonariuszy Jednostki Dominującej		344 448	388 158
Udziały mniejszościowe		(600)	1 683
	Nota	01.01–31.12.2020	01.01–31.12.2019
Strata netto przypadająca na akcjonariuszy jednostki dominującej na jedną akcję	12		
Podstawowa		(0,43)	(0,85)
Rozwodniona		(0,43)	(0,85)

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążącą jest angielska wersja językowa.

Skonsolidowane sprawozdanie z sytuacji finansowej

AKTYWA

Aktywa trwałe	Nota	31.12.2020	31.12.2019
Wartość firmy	13	8 639 249	8 631 342
Pozostałe wartości niematerialne i prawne	13	4 407 024	4 627 122
Rzeczowe aktywa trwałe	14	150 820	147 709
Pożyczki udzielone	15	—	9 324
Pożyczki konsumenckie	19	4 728	—
Aktywa z tytułu podatku odroczonego	23	281	9 712
Inwestycje		360	360
Aktywa trwałe razem		13 202 462	13 425 569
Aktywa obrotowe			
Zapasy	16	24 619	20 051
Należności handlowe oraz pozostałe należności	17	646 409	396 801
Przedpłaty	18	36 496	26 911
Pożyczki konsumenckie	19	47 244	—
Pozostałe aktywa finansowe		4 788	4 804
Należności z tytułu podatku dochodowego		802	—
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	20	1 185 060	403 877
Aktywa obrotowe razem		1 945 418	852 444
AKTYWA RAZEM		15 147 880	14 278 013

PASYWA

Kapitał własny	Nota	31.12.2020	31.12.2019
Kapitał zakładowy	28	10 233	434 246
Kapitał zapasowy		7 073 667	5 141 141
Różnice kursowe z przeliczenia		—	568
Kapitał rezerwowy z wyceny zabezpieczeń przepływów pieniężnych		(95 484)	(22 278)
Zysk/(strata) aktuarialna		(938)	—
Pozostałe kapitały rezerwowe		—	(33 633)
Niepodzielony wynik finansowy za lata ubiegłe		682 958	758 784
Wynik bieżący		419 160	391 392
Kapitał własny przypadający na akcjonariuszy Jednostki Dominującej		8 089 596	6 670 220
Udziały mniejszościowe		—	13 422
Kapitał własny razem		8 089 596	6 683 642
Zobowiązania długoterminowe			
Kredyty i pożyczki	21	5 437 223	6 001 174
Zobowiązania leasingowe	22	45 359	59 764
Zobowiązania opcyjne do wykupu udziałów niedających kontroli	26	—	21 002
Pozostałe zobowiązania finansowe	31	97 298	36 893
Zobowiązanie z tytułu odroczonego podatku dochodowego	23	579 078	643 508
Zobowiązania wobec pracowników	24	5 370	22 562
Zobowiązania związane z połączeniem jednostek gospodarczych	5	3 893	—
Zobowiązania długoterminowe – razem		6 168 221	6 784 903
Zobowiązania krótkoterminowe			
Kredyty i pożyczki	21	577	335 741
Zobowiązania leasingowe	22	27 907	25 774
Zobowiązania opcyjne do wykupu udziałów niedających kontroli	26	—	22 208
Pozostałe zobowiązania finansowe	31	—	2 032
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego		155 022	14 938
Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania	25	557 629	349 161
Zobowiązania wobec pracowników	24	148 928	59 614
Zobowiązania krótkoterminowe – razem		890 063	809 468
KAPITAŁ WŁASNY I ZOBOWIĄZANIA RAZEM		15 147 880	14 278 013

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

Skonsolidowane sprawozdanie ze zmian w kapitale własnym

	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy	Różnice kursowe z przeliczenia	Kapitał rezerwowowy z wyceny zabezpieczeń przepływów pieniężnych	Zysk/(strata) aktuarialna	Pozostałe kapitały rezerwowe	Niepodzielony wynik finansowy za lata ubiegłe	Wynik bieżący	Kapitał własny przypadający na akcjonariuszy Jednostki Dominującej	Udziały mniejszościowe	Razem
Stan na 01.01.2019	830 015	7 421 901	378	(18 854)	—	5 256	546 093	271 904	9 056 693	—	9 056 693
Zysk/(strata) za okres	—	—	—	—	—	—	—	391 392	391 392	1 683	393 075
Pozostałe całkowite dochody	—	—	190	(3 424)	—	—	—	—	(3 234)	—	(3 234)
Razem całkowite dochody w okresie	—	—	190	(3 424)	—	—	—	391 392	388 158	1 683	389 841
Przeniesienie zysku/(straty) z poprzednich lat	—	—	—	—	—	—	271 904	(271 904)	—	—	—
Umorzenie kapitału zakładowego i zapasowego	(395 820)	(2 280 918)	—	—	—	—	(59 213)	—	(2 735 951)	—	(2 735 951)
Płatności na bazie akcji	—	—	—	—	—	4 321	—	—	4 321	—	4 321
Pożyczki z niepełną odpowiedzialnością dłużnika	51	158	—	—	—	—	—	—	209	—	209
Wycena zobowiązania opcyjnego do wykupu udziałów niedających kontroli	—	—	—	—	—	(43 210)	—	—	(43 210)	—	(43 210)
Transakcje z właścicielami działającymi w charakterze właścicieli	(395 769)	(2 280 760)	—	—	—	(38 889)	212 691	(271 904)	(2 774 631)	—	(2 774 631)
Połączenie jednostek gospodarczych	—	—	—	—	—	—	—	—	—	11 739	11 739
Transakcje z właścicielami mniejszościowymi działającymi w charakterze właścicieli	—	—	—	—	—	—	—	—	—	11 739	11 739
Stan na 31.12.2019	434 246	5 141 141	568	(22 278)	—	(33 633)	758 784	391 392	6 670 220	13 422	6 683 642
Stan na 01.01.2020	434 246	5 141 141	568	(22 278)	—	(33 633)	758 784	391 392	6 670 220	13 422	6 683 642
Zysk/(strata) za okres	—	—	—	—	—	—	—	419 160	419 160	(600)	418 560
Pozostałe całkowite dochody	—	—	(568)	(73 206)	(938)	—	—	—	(74 712)	—	(74 712)
Razem całkowite dochody w okresie	—	—	(568)	(73 206)	(938)	—	—	419 160	344 448	(600)	343 848
Przeniesienie zysku/(straty) z poprzednich lat	—	—	—	—	—	—	391 392	(391 392)	—	—	—
Zmiana waluty funkcjonalnej (patrz nota 28)	34 297	405 743	—	—	—	—	(440 040)	—	—	—	—
Podwyższenie kapitału (patrz nota 28)	232	972 094	—	—	—	—	—	—	972 326	—	972 326
Konwersja i obniżenie kapitału zakładowego (patrz nota 28)	(459 997)	459 997	—	—	—	—	—	—	—	—	—
Pożyczki z niepełną odpowiedzialnością dłużnika (patrz nota 28)	1 455	13 385	—	—	—	—	—	—	14 840	—	14 840
Płatności na bazie akcji (patrz nota 8)	—	—	—	—	—	52 191	—	—	52 191	—	52 191
Akcje przyznane pracownikom (patrz nota 8)	—	—	—	—	—	25 428	—	—	25 428	—	25 428
Realizacja przydzielonych akcji przez pracowników	—	87 196	—	—	—	(87 196)	—	—	—	—	—
Koszty IPO w kapitale własnym	—	(5 889)	—	—	—	—	—	—	(5 889)	—	(5 889)
Wycena zobowiązania opcyjnego do wykupu udziałów niedających kontroli (patrz nota 26)	—	—	—	—	—	3 210	—	—	3 210	—	3 210
Zakup udziałów mniejszościowych – wykonanie opcji (patrz nota 5)	—	—	—	—	—	40 000	(27 178)	—	12 822	(12 822)	—
Transakcje z właścicielami działającymi w charakterze właścicieli	(424 013)	1 932 526	—	—	—	33 633	(75 826)	(391 392)	1 074 928	(12 822)	1 062 106
Stan na 31.12.2020	10 233	7 073 667	—	(95 484)	(938)	—	682 958	419 160	8 089 596	—	8 089 596

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

Skonsolidowany rachunek przepływów pieniężnych

	Nota	01.01–31.12.2020	01.01–31.12.2019
Zysk przed opodatkowaniem		616 707	513 049
Amortyzacja		463 789	439 303
Koszty odsetek netto		508 351	375 503
Opłata za dostępność linii kredytowej	10	3 311	3 195
Zysk/(strata) z tytułu różnic kursowych	29,2	4 075	(1 536)
Koszty odsetek z tytułu leasingu	29,2	3 028	3 835
(Zysk)/strata z tytułu wyceny instrumentu finansowego	10	(10 933)	—
Niegotówkowe koszty świadczeń pracowniczych – Płatności na bazie akcji	38	77 619	4 321
Zysk ze sprzedaży aktywów trwałych		—	(263)
(Zwiększenie)/zmniejszenie stanu należności handlowych i pozostałych należności oraz przedpłat	29,3	(260 544)	(81 608)
(Zwiększenie)/zmniejszenie stanu zapasów	29,3	(4 568)	(11 789)
(Zwiększenie)/zmniejszenie stanu pożyczek konsumenckich	29,3	(51 972)	—
Zwiększenie/(zmniejszenie) stanu zobowiązań handlowych oraz pozostałych	29,3	210 956	120 955
Zwiększenie/(zmniejszenie) stanu zobowiązań wobec pracowników	29,3	71 183	44 704
Wpływy pieniężne z działalności operacyjnej		1 631 002	1 409 669
Podatek dochodowy zapłacony		(121 112)	(163 130)
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej		1 509 890	1 246 539

	Nota	01.01–31.12.2020	01.01–31.12.2019
Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej			
Nabycie rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych i prawnych		(230 541)	(143 026)
Pożyczki udzielone	15	(18 771)	(442)
Splata pożyczek udzielonych	15	42 934	3 242
Wpływy z tytułu sprzedaży aktywów niefinansowych		—	317
Nabycie jednostki zależnej (po potrąceniu przejętych środków pieniężnych)	5	(11 827)	(62 978)
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej		(218 205)	(202 887)

	Nota	01.01–31.12.2020	01.01–31.12.2019
Przepływy środków pieniężnych z działalności finansowej			
Wpływy z podwyższenia kapitału	28	972 326	—
Wypływy z tytułu zmniejszenia kapitału	28	—	(2 735 951)
Zaciągnięcie kredytów i pożyczek	29,2	—	1 959 516
Splata kredytów i pożyczek	29,2	(1 056 693)	(215 803)
Odsetki zapłacone	29,2	(275 853)	(375 017)
Prowizja z tytułu przedterminowej spłaty	10	(26 000)	—
Opłaty leasingowe	29,2	(29 129)	(28 680)
Opłaty za dostępność kredytu obrotowego		(2 523)	(3 767)
Rozliczenia z tytułu instrumentów pochodnych na stopę procentową		(38 926)	(17 580)
Płatności za zakup udziałów mniejszościowych	5	(40 000)	—
Płatności z tytułu pozostałych aktywności finansowych		(7 815)	(16 520)
Płatności związane z emisją nowych akcji		(5 889)	—
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej		(510 502)	(1 433 802)

	Nota	01.01–31.12.2020	01.01–31.12.2019
Zwiększenie/(zmniejszenie) stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów		781 183	(390 150)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na początek roku obrotowego		403 877	794 027
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na koniec roku obrotowego		1 185 060	403 877

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

Noty do Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego

1. Informacje ogólne

Grupa Allegro.eu S.A. („Grupa”) składa się z Allegro.eu Société anonyme („Allegro.eu” lub „Jednostka Dominująca”), dawniej Adinan Super Topco S.à r.l., oraz jednostek zależnych. Allegro.eu oraz pozostałe podmioty Grupy zostały powołane na czas nieokreślony.

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.

Grupa jest zarejestrowana w Luksemburgu, z siedzibą pod adresem 1, rue Hildegard von Bingen, Luksemburg. Akcje Jednostki Dominującej są notowane na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie („GPW”) od 12 października 2020 r.

Grupa prowadzi działalność w Polsce poprzez Allegro.pl Sp. z o.o., Ceneo.pl Sp. z o.o., eBilet Polska Sp. z o.o., Allegro Pay Sp. z o.o. oraz OpenNet Sp. z o.o. Głównym przedmiotem działalności Grupy są:

- usługi e-commerce;
- reklama;
- internetowe usługi porównywarek cenowych;

- sprzedaż detaliczna prowadzona przez domy sprzedaży wysyłkowej lub Internet;
- internetowa dystrybucja biletów;
- działalność portali internetowych;
- udzielanie kredytów konsumenckich kupującym na platformie;
- oprogramowanie i rozwiązania z obszaru logistyki dostaw;
- przetwarzanie danych oraz zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność;
- pozostała działalność usługowa w zakresie technologii informatycznych i komputerowych;
- działalność związana z zarządzaniem urządzeniami informatycznymi;
- działalność związana z oprogramowaniem;
- działalność związana z doradztwem w zakresie informatyki.

Niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe zostało sporządzone za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2020 r., wraz z okresem porównawczym za rok zakończony 31 grudnia 2019 r.

2. Podstawa sporządzenia

Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe Grupy Allegro.eu S.A. za rok zakończony 31 grudnia 2020 r. zostało sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej (MSSF) przyjętymi przez Unię Europejską, obowiązującymi na dzień 31 grudnia 2020 r.

Niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe zostało sporządzone zgodnie z zasadą kosztu historycznego z wyjątkiem niektórych aktywów i zobowiązań finansowych (w tym instrumentów pochodnych) wycenianych w wartości godziwej.

Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe zostało sporządzone przy założeniu kontynuowania działalności gospodarczej przez Grupę przez co najmniej 12 miesięcy od dnia zatwierdzenia niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego. Przyjmując to założenie o kontynuowaniu działalności, Zarząd uwzględnił wpływ kryzysu COVID-19 na działalność Grupy, zauważając, że działalność była kontynuowana z minimalnymi zakłóceniami od momentu przejścia przez większość pracowników na tryb pracy zdalnej w dniu 12 marca 2020 r., a sprzedaż Grupy wzrosła w związku z nałożeniem przez polski rząd lockdownu związanego z COVID-19.

Podsumowanie głównych zasad (polityk) 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 2020 r. nie nastąpiły zmiany zasad rachunkowości.

Grupa zmieniła prezentację przedpłat w skonsolidowanym sprawozdaniu z sytuacji finansowej w porównaniu z poprzednio opublikowanym Skonsolidowanym Sprawozdaniem Finansowym za rok zakończony 31 grudnia 2019 r. Przedpłaty, które wcześniej ujęte były w pozycji „Należności handlowych oraz pozostałych należności”, w niniejszym Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym prezentowane są osobno, ponieważ stały się bardziej istotne. Wartości porównywalne zostały odpowiednio zmienione, aby zapewnić spójność prezentacji.

Grupa zmieniła prezentację odpisów netto utraty wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów z klientami w skonsolidowanym sprawozdaniu z całkowitych dochodów w porównaniu z poprzednio opublikowanym Skonsolidowanym Sprawozdaniem Finansowym za rok zakończony 31 grudnia 2019 r. Odpisy netto utraty wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów z klientami, które wcześniej prezentowane były w ramach pozycji „Pozostałych kosztów netto”, w niniejszym Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym prezentowane są osobno ze względu na to, że stały się bardziej znaczące. Wartości porównywalne zostały odpowiednio zmienione, aby zapewnić spójność prezentacji z obecnym rokiem.

3. Podsumowanie istotnych zasad (polityk) rachunkowości

3.1 Podstawa sporządzenia sprawozdania finansowego

Zgodność z MSSF

Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe Grupy zostało sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej (MSSF) przyjętymi przez Unię Europejską, obowiązującymi na dzień 31 grudnia 2020 r. Niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe zostało sporządzone zgodnie z zasadą kosztu historycznego z wyjątkiem aktywów i zobowiązań finansowych (w tym instrumentów pochodnych) wycenianych w wartości godziwej.

Wycena pozycji wyrażonych w walutach obcych

Transakcje wyrażone w walutach obcych przelicza się na walutę funkcjonalną według kursu NBP 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 NBP obowiązującego na dzień kończący okres sprawozdawczy.

	31.12.2020	31.12.2019
EUR/PLN	4,6148	4,2585
USD/PLN	3,7584	3,7977
GBP/PLN	5,1327	4,9971
CHF/PLN	4,2641	3,9213
CZK/PLN	0,1753	0,1676

Średnie kursy wymiany przedstawia poniższa tabela:

	31.12.2020	31.12.2019
EUR/PLN	4,4742	4,3018
USD/PLN	3,9045	3,8440
GBP/PLN	5,0240	4,9106
CHF/PLN	4,1772	3,8731
CZK/PLN	0,1687	0,1676

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, przeliczane są na walutę prezentacji w sposób następujący:

- aktywa i zobowiązania każdego prezentowanego bilansu przelicza się po kursie zamknięcia w dniu bilansowym,
- dochody i koszty ujęte w każdym sprawozdaniu z zysków lub strat i sprawozdaniu z całkowitych dochodów są przeliczane według średniego kursu wymiany (chyba że średni kurs nie jest zasadnym przybliżeniem skumulowanego poziomu kursów obowiązujących w dniach transakcji – w takim przypadku dochody i koszty są przeliczane według kursów z dni transakcji); oraz
- wszystkie powstałe różnice kursowe ujmuje się w pozostałych całkowitych dochodach

Na dzień 31 grudnia 2019 r. Grupa obejmowała podmioty, których walutą funkcjonalną było euro („EUR”), w związku z czym sprawozdania finansowe Allegro.eu (dawniej: Adinan Super Topco), Adinan Topco oraz Adinan Holdco wymagały przeliczenia na przyjętą przez Grupę walutę prezentacji. Kapitał zakładowy i zapasowy Jednostki Dominującej zostały przeliczone z waluty funkcjonalnej na walutę prezentacji przy zastosowaniu historycznego kursu wymiany, a powstałe różnice kursowe zostały ujęte w pozostałych całkowitych dochodach.

W 2020 roku Jednostka Dominująca zmieniła walutę funkcjonalną z EUR na PLN. Decyzja została zatwierdzona uchwałą przyjętą przez nadzwyczajne walne zgromadzenie akcjonariuszy w dniu 29 września 2020 r. Grupa prowadzi działalność głównie w Polsce, a polski złoty jest walutą, w której Grupa generuje i wydaje większość środków pieniężnych. Dodatkowo w dniu 12 października 2020 r. akcje Grupy zadebiutowały na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

Na dzień 31 grudnia 2020 r., walutą funkcjonalną wszystkich podmiotów Grupy oraz walutą prezentacji tego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego jest PLN.

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 2020 r.

W dniu 21 grudnia 2020 r., Adinan Topco S.à r.l., Adinan Holdco S.à r.l., Adinan Bondco S.à r.l. oraz Adinan Seniorco S.à r.l. zakończyły działalność w efekcie wewnątrzgrupowych połączeń i likwidacji, więcej informacji w nocie 6.

O ile nie wskazano inaczej, to z wyjątkiem liczby akcji oraz kwot na jedną akcję, niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe zostało sporządzone w tysiącach złotych i wszystkie kwoty podane są w tysiącach złotych. Wszystkie istotne salda i transakcje pomiędzy podmiotami powiązаныmi, w tym istotne niezrealizowane zyski wynikające z tych transakcji zostały wyeliminowane w całości.

Jednostki zależne podlegają konsolidacji metodą pełną od momentu przejęcia nad nimi kontroli przez Grupę i przestają być objęte konsolidacją w momencie ustania kontroli Grupy nad nimi. Zgodnie z MSSF 10 „Skonsolidowane sprawozdania finansowe”, Grupa sprawuje kontrolę nad jednostką w przypadku, gdy z tytułu swojego zaangażowania w tę jednostkę podlega ekspozycji na zmienne zwroty lub gdy ma prawo do zmiennych zwrotów, oraz ma możliwość wywierania wpływu na te zwroty poprzez sprawowanie władzy nad jednostką.

Grupa rozlicza połączenia jednostek metodą nabycia. Cena nabytej jednostki zależnej stanowi wartość godziwą przekazanych aktywów, zobowiązań zaciągniętych wobec poprzednich właścicieli jednostki przejmowanej, a także instrumentów kapitałowych wyemitowanych przez Grupę. Cena nabycia 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 według ich wartości godziwej na dzień przejęcia.

Grupa ujmuje udziały mniejszościowe według wartości godziwej lub według proporcjonalnego udziału wartości godziwej możliwych do zidentyfikowania aktywów netto; metoda ujęcia wybierana jest indywidualnie dla każdego połączenia jednostek gospodarczych.

Nadwyżkę sumy zapłaty, wartości wszystkich udziałów mniejszościowych w jednostce przejmowanej oraz wartości godziwej posiadanych wcześniej udziałów w przejmowanej jednostce na dzień przejęcia nad wartością godziwą możliwych do zidentyfikowania przejętych aktywów netto ujmuje się jako wartość firmy. Jeżeli suma zapłaty ujętych udziałów mniejszościowych oraz udziałów uprzednio posiadanych jest niższa niż wartość godziwa aktywów netto jednostki zależnej nabytej w drodze okazynego nabycia, to różnica wykazywana jest bezpośrednia w wyniku finansowym.

Koszty transakcji związane z przejęciem są ujmowane w wyniku finansowym w momencie poniesienia.

3.2. Zmiany zasad (polityki) rachunkowości

3.2.1. Nowe i zmienione standardy i interpretacje przyjęte przez Grupę

W niniejszym Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym zastosowano następujące zmiany do standardów:

Zmiany do Założeń koncepcyjnych w MSSF – wydane w dniu 29 marca 2018 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2020 roku lub później. Zmienione Założenia koncepcyjne zawierają nowy rozdział dotyczący wyceny; wytyczne w sprawie sprawozdawczości wyników finansowych; poprawione definicje i wytyczne – w szczególności definicję zobowiązania; a także wyjaśnienia istotnych kwestii, takich jak np. rola funkcji powierniczej sprawowanej przez kierownictwo (stewardship), ostrożności i niepewności związanej z wyceną w sprawozdawczości finansowej.

Zmiany wprowadzone do Założeń koncepcyjnych nie mają istotnego wpływu na niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe.

Zmiany do MSSF 3 „Połączenia przedsięwzięć” – wydane dnia 22 października 2018 r. i mające zastosowanie do połączeń od rozpoczęcia rocznego okresu sprawozdawczego rozpoczynającego się w dniu 1 stycznia 2020 r. Nowy dokument zmienia definicję jednostki gospodarczej. Przedsięwzięcie (biznes) musi mieć nakłady i znaczące procesy, które łącznie w istotny sposób przekładają się na zdolność do generowania wyników. Nowe wytyczne zawierają ramy do oceny, czy występują nakłady i znaczące procesy, w tym także dla spółek na wczesnym etapie, które jeszcze nie wygenerowały wyników. Jeżeli nie występują wyniki, to warunkiem do klasyfikacji jako przedsięwzięcia niezbędna jest zorganizowana siła robocza. Definicja terminu „wyniki” została zawężona tak, aby skupiała się na towarach i usługach dostarczanych klientom, generującym dochody inwestycyjne i inne dochody, i nie obejmuje zwrotów w formie obniżenia kosztów i innych korzyści gospodarczych.

Nie jest już konieczna ocena, czy uczestnicy rynku są w stanie zastąpić brakujące elementy lub zintegrować przejęte działania i aktywa. Podmiot może zastosować „test koncentracji”. Nabyte aktywa nie będą stanowiły przedsięwzięcia jeżeli zasadniczo cała wartość godziwa przejętych aktywów brutto jest skoncentrowana w pojedynczym identyfikowalnym składniku aktywów (lub grupie podobnych identyfikowalnych aktywów).

Zmiana tego standardu miała wpływ na konkluzję dotyczącą przejęcia FinAi S.A. (obecnie Allegro Pay Sp. z o.o.) w roku 2020. Grupa ustaliła, że przejęcie nie spełnia definicji przedsięwzięcia. Więcej informacji znajduje się w nocie 5.

Zmiany MSR 1 „Prezentacja sprawozdań finansowych” oraz MSR 8 „Zasady (polityka) rachunkowości, zmiany wartości szacunkowych i korygowanie błędów” – wydane 31 października 2018 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2020 roku lub później. Zmiany precyzują definicję istotności oraz wprowadzają objaśnienia na temat sposobu jego stosowania, które dotychczas znajdowało się w innym miejscu w MSSF. Dodatkowo poprawiono objaśnienia towarzyszące tej definicji. Zmiany gwarantują spójność definicji istotności w całym standardach MSSF. Informacje są istotne, jeżeli w racjonalny sposób można oczekiwać, że ich pominięcie, zniekształcenie lub ich nieprzejrzystość może wpływać na decyzje głównych użytkowników sprawozdania finansowego ogólnego przeznaczenia podejmowane na podstawie takiego sprawozdania, zawierającego informacje finansowe dotyczące konkretnej jednostki sprawozdawczej.

Zmiany tych standardów nie mają istotnego wpływu na niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe.

Zmiany do MSSF 9 „Instrumenty finansowe”, MSR 39 „Instrumenty finansowe: ujmowanie i wycena” oraz MSSF 7 „Instrumenty finansowe: Ujawnianie informacji”

wydane w dniu 26 września 2019 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2020 roku lub później. Zmiany związane są ze zamianą referencyjnych stóp procentowych takich jak LIBOR i inne międzybankowe oferowane stopy procentowe („stopy IBOR”). Zmiany zapewniają tymczasowe zwolnienie ze stosowania szczególnych wymogów rachunkowości zabezpieczeń w odniesieniu do powiązań zabezpieczających, na które bezpośrednio wpłynęła reforma IBOR. Rachunkowość zabezpieczeń przepływów pieniężnych wymagana na podstawie zarówno MSSF 9 i MSR 39 wymaga, aby zabezpieczone przyszłe przepływy pieniężne były „wysoce prawdopodobne”. Jeśli te przepływy pieniężne są zależne od IBOR, to zwolnienie przewidziane w zmianach wymaga od jednostki przyjęcia założenia, że stopa procentowa, na której bazują zabezpieczane przepływy pieniężne, nie zmieni się w wyniku reformy. Zarówno MSR 39, jak i MSSF 9 wymagają przeprowadzenia perspektywicznej oceny w celu zastosowania rachunkowości zabezpieczeń. Chociaż obecnie oczekuje się, że przepływy pieniężne wynikające ze stóp IBOR i zastępujących IBOR będą zasadniczo równoważne, co minimalizuje ewentualną nieefektywność, w miarę zbliżania się reformy sytuacja może się zmienić. W zmianach przewiduje się, że jednostka może przyjąć, iż referencyjna stopa procentowa, na której opierają się przepływy pieniężne z zabezpieczanej pozycji, instrumentu zabezpieczającego lub zabezpieczanego ryzyka, nie ulega zmianie na skutek reformy stóp IBOR. Reforma stóp IBOR może również spowodować, że zabezpieczenie wyjdzie poza zakres 80-125% wymagany przez test retrospektywny z MSR 39. Standard MSR 39 został zatem zmieniony w celu wprowadzenia wyjątku od retrospektywnego testu efektywności, tak aby zabezpieczenie nie zostało przerwane w okresie niepewności dotyczącej stopy IBOR tylko dlatego, że retrospektywna efektywność nie mieści się w tym przedziale. Niemniej pozostałe

wymogi dotyczące rachunkowości zabezpieczeń, w tym ocena prospektywna, musiałyby być nadal spełnione. W niektórych zabezpieczeniach pozycja zabezpieczana lub zabezpieczane ryzyko jest składnikiem ryzyka stopy IBOR, który jest nieokreślony umownie. Aby można było stosować rachunkowość zabezpieczeń, zarówno MSSF 9, jak i MSR 39 wymagają, aby wyznaczony składnik ryzyka pozwalał na odrębną identyfikację oraz wiarygodną wycenę. Zgodnie ze zmianami składnik ryzyka musi umożliwiać odrębną identyfikację tylko przy początkowym ustanowieniu zabezpieczenia, a nie na bieżąco. W kontekście zabezpieczenia makro, gdy jednostka często aktualizuje powiązanie zabezpieczające, zwolnienie stosuje się od momentu, gdy pozycja zabezpieczana została początkowo wyznaczona w ramach tego powiązania zabezpieczającego. Nieefektywność zabezpieczenia będzie nadal ujmowana w sprawozdaniu z zysków lub strat zgodnie z MSR 39 oraz MSSF 9. Zmiany wskazują na czynniki powodujące wygaśnięcie zwolnienia, które obejmują zakończenie niepewności związanej z reformą referencyjnych stóp procentowych. Zmiany wymagają od jednostek dostarczenia inwestorom dodatkowych informacji na temat ich powiązań zabezpieczających, na które niepewność ta ma bezpośredni wpływ, w tym na temat wartości nominalnej instrumentów zabezpieczających, do których stosuje się ulgi, wszelkich istotnych założeń lub osądów poczynionych przy stosowaniu ulg oraz ujawnień jakościowych na temat tego, jak jednostka odczuwa wpływ reformy stóp IBOR i w jaki sposób zarządza procesem przejścia.

Grupa posiada instrumenty zabezpieczające stopę procentową, które zabezpieczają kredyty i pożyczki Grupy w kwocie 3 075 866 PLN z 5 500 000 PLN, poprzez zamianę zmiennej stopy procentowej na stałą. Przy badaniu efektywności zabezpieczenia, Grupa nie uwzględniła niepewności wynikającej z reformy stawek IBOR.

Grupa nie posiada żadnych innych aktywów ani zobowiązań, na które wpływają zmienne stopy procentowe, w związku z czym zmiany nie mają wpływu na Grupę.

Zmiany do MSSF 16 „Leasing” – wydane w dniu 28 maja 2020 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 czerwca 2020 roku lub później. Wcześniejsze zastosowanie jest dozwolone, w tym w sprawozdaniach finansowych nie zatwierdzonych do publikacji na dzień 28 maja 2020 r. i Grupa zdecydowała się na wcześniejsze zastosowanie tej zmiany. Zmiany zapewniły leasingobiorcom (ale nie leasingodawcom) ulgę w postaci opcjonalnego zwolnienia z oceny, czy obniżka czynszu związana z COVID-19 stanowi modyfikację leasingu. Leasingobiorcy mogą postanowić, aby ujmować obniżki czynszu w taki sposób, jak gdyby nie były one modyfikacjami leasingu. W wielu przypadkach będzie to skutkowało ujmowaniem koncesji jako zmiennej opłaty leasingowej. Praktyczne rozwiązanie ma zastosowanie wyłącznie do obniżek czynszu będących bezpośrednim efektem pandemii COVID-19 i tylko wtedy, gdy spełnione są wszystkie następujące warunki: zmiana opłat leasingowych powoduje, że zmieniona cena leasingu jest zasadniczo taka sama lub niższa niż cena leasingu bezpośrednio przed zmianą; każde obniżenie opłat leasingowych dotyczy wyłącznie płatności przypadających do zapłaty w dniu 30 czerwca 2021 r. lub przed tą datą; a także nie nastąpiła żadna istotna zmiana innych warunków leasingu. Jeżeli leasingobiorca zdecyduje się na zastosowanie praktycznego rozwiązania do leasingu, to powinien stosować go konsekwentnie do wszystkich umów leasingowych o podobnych cechach i w podobnych okolicznościach. Zmiana ma być stosowana retrospektywnie zgodnie z MSR 8, ale leasingobiorcy nie są zobowiązani do przekształcania danych z poprzednich okresów ani do ujawniania informacji zgodnie z par. 28 (f) MSR 8.

Zmiany tego standardu nie mają istotnego wpływu na niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe.

3.2.2.

Standardy i interpretacje, które zostały opublikowane, a nie weszły jeszcze w życie i nie zostały wcześniej zastosowane przez Grupę

MSSF 14 „Regulacyjne rozliczenia międzyokresowe” – wydane 30 stycznia 2014 roku i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2016 roku lub później. MSSF 14 zezwala jednostkom stosującym MSSF po raz pierwszy na kontynuowanie ujmowania kwot związanych z regulacją stawek zgodnie ze stosowanymi przez nie wcześniej zasadami rachunkowości po przejściu na MSSF. Niemniej jednak, aby zwiększyć porównywalność z jednostkami, które już stosują MSSF i nie ujmują takich kwot, standard wymaga, aby wpływ regulacji stawek był prezentowany odrębnie od pozostałych pozycji. Standardu tego nie może zastosować jednostka, która już prezentuje sprawozdania finansowe zgodnie z MSSF.

Komisja Europejska postanowiła nie uruchamiać procesu zatwierdzania niniejszego standardu przejściowego, ale poczekać na ostateczną wersję standardu. Standard nie będzie miał wpływu na Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe Grupy.

Zmiany do MSSF 10 „Skonsolidowane sprawozdania finansowe” oraz MSR 28 „Inwestycje w jednostkach stowarzyszonych i wspólnych przedsięwzięciach” – wydane w dniu 11 września 2014 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających w dniu ustalonym przez RMSR lub później. Zmiany naprawiły niespójność pomiędzy wymogami MSSF 10 i MSR 28 w zakresie sprzedaży lub wniesienia aktywów pomiędzy inwestorem a jego jednostką stowarzyszoną lub wspólnym przedsięwzięciem. Głównym skutkiem zmian jest to, że gdy transakcja dotyczy przedsięwzięcia, to ujmowany jest cały zysk lub strata. Zysk lub strata ujmowane są częściowo jeżeli transakcja dotyczy aktywów, które nie stanowią przedsięwzięcia, nawet jeśli te aktywa są w posiadaniu jednostki zależnej.

Na dzień sporządzenia niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego zatwierdzenie tej zmiany przez Unię Europejską zostało odroczone w czasie.

Grupa obecnie analizuje wpływ tej zmiany na Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe, niemniej jak dotąd nie zawarła transakcji objętych tą zmianą. Data wejścia w życie została odroczone na czas nieokreślony do momentu zakończenia projektu badawczego dotyczącego metody praw własności.

MSSF 17 „Umowy ubezpieczeniowe” wydane w dniu 18 maja 2017 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2023 roku lub później. MSSF 17 zastępuje standard MSSF 4, który dawał towarzystwom ubezpieczeniowym zwolnienie pozwalające na kontynuowanie księgowania umów ubezpieczeniowych zgodnie z dotychczasowymi praktykami. Wskutek tego inwestorom trudno było porównywać i zestawiać wyniki finansowe porównywalnych towarzystw ubezpieczeniowych. MSSF 17 to standard oparty na jednej zasadzie rachunkowości dla wszystkich rodzajów umów ubezpieczeniowych, w tym także umów reasekuracyjnych zawartych przez ubezpieczyciela.

Na dzień sporządzenia niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego nowy standard nie został jeszcze zatwierdzony przez Unię Europejską.

Grupa obecnie analizuje wpływ tej zmiany na Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe. MSSF 17 obowiązuje dla rocznych okresów sprawozdawczych rozpoczynających się 1 stycznia 2023 roku lub później.

Zmiany do MSR 1 „Prezentacja sprawozdań finansowych” – wydane 23 stycznia 2020 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2023 roku lub później. Te zmiany o wąskim zakresie precyzują, że zobowiązania klasyfikowane są jako krótkoterminowe albo jako długoterminowe, w zależności od praw istniejących na koniec okresu sprawozdawczego.

Na dzień sporządzenia niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego powyższa zmiana nie została jeszcze zatwierdzona przez Unię Europejską. Grupa obecnie analizuje wpływ tej zmiany na Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe.

Zmiany do Założeń koncepcyjnych – zmiany o wąskim zakresie do MSR 16, MSR 37 i MSSF 3, oraz Poprawki do MSSF 2018-2020 – zmiany do MSSF 1, MSSF 9, MSSF 16 i MSR 41 (wydane w dniu 14 maja 2020 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2022 roku lub później). Zmiany odnoszą się do „Wpływów przed ich zamierzonym wykorzystaniem” oraz „Umów rodzących obciążenia”.

Na dzień sporządzenia niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego powyższa zmiana nie została jeszcze zatwierdzona przez Unię Europejską.

Grupa jest w trakcie analizy wpływu tej zmiany na Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe.

Zmiany do MSSF 17 „Umowy ubezpieczeniowe” i zmiana do MSSF 4 „Umowy ubezpieczeniowe” Zmiany do MSSF 17 „Umowy ubezpieczeniowe” i zmiana do MSSF 4 „Umowy ubezpieczeniowe” (wydane w dniu 25 czerwca 2020 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2023 roku lub później). Zmiany zawierają szereg wyjaśnień, których celem jest ułatwienie wdrożenia MSSF 17, uproszczenie niektórych wymogów

standardu oraz procesu przejścia. Zmiany dotyczą ośmiu obszarów MSSF 17, lecz ich celem nie jest modyfikacja podstawowych zasad standardu.

Na dzień sporządzenia niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego powyższa zmiana nie została jeszcze zatwierdzona przez Unię Europejską.

Grupa jest w trakcie analizy wpływu tej zmiany na Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe.

Zmiany do MSSF 9, MSR 39, MSSF 7, MSSF 4 i MSSF 16 – wydane w dniu 27 sierpnia 2020 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2021 roku lub później. Zmiany w Fazie 2 dotyczą kwestii powstających wskutek wprowadzenia reform, w tym zastąpienia jednej stopy referencyjnej stopą alternatywną.

Na dzień sporządzenia niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego powyższa zmiana nie została jeszcze zatwierdzona przez Unię Europejską.

Grupa jest w trakcie analizy wpływu tej zmiany na Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe.

4. Skład Rady Dyrektorów

Na dzień 31 grudnia 2019 roku w skład Zarządu Grupy wchodził:

- Danielle Arendt-Michels
- Gilles Willy Duroy
- Darren Huston
- Gautier Laurent
- Severine Michel
- Cedric Pedoni

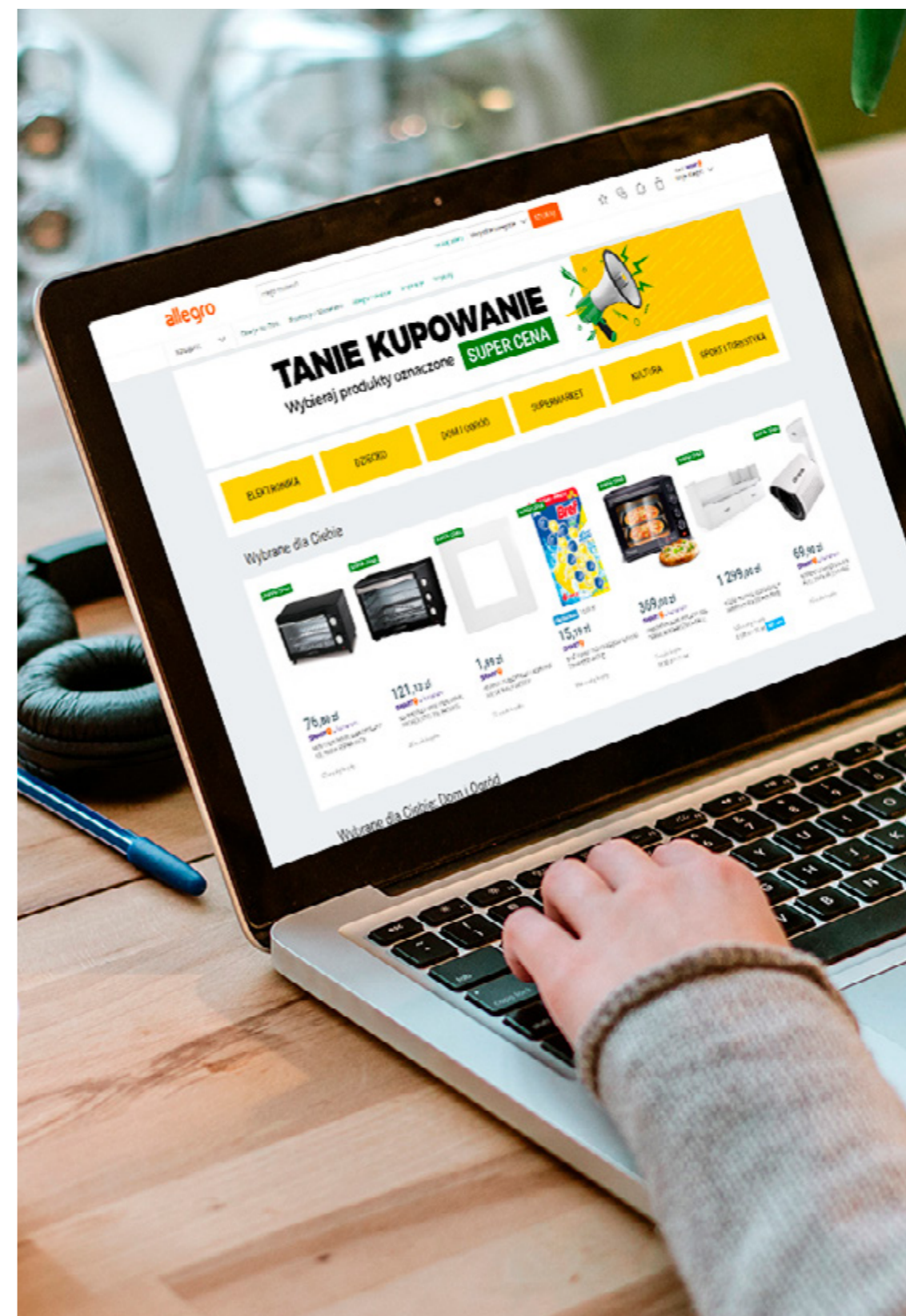
W dniu 1 września 2020 r. walne zgromadzenie akcjonariuszy Jednostki Dominującej powołało do Zarządu w charakterze członków, ze skutkiem natychmiastowym następujące osoby: François Nuyts, Jonathan Eastick, David Barker, Paweł Padusiński, Richard Sanders, Carla Smits-Nusteling oraz Nancy Cruickshank.

Następujące osoby złożyły rezygnację ze stanowiska w Radzie Dyrektorów Grupy ze skutkiem od 12 października 2020 r.: Danielle Arendt-Michels, Gautier Laurent, Séverine Michel, Cédric Pedoni oraz Gilles Willy Duroy.

Na dzień sporządzenia niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego skład Rady Dyrektorów przedstawiał się następująco:

- David Barker
- Nancy Cruickshank
- Jonathan Eastick (Dyrektor Finansowy Grupy)
- Darren Huston (Przewodniczący Rady Dyrektorów)
- François Nuyts (Główny Dyrektor Wykonawczy)
- Paweł Padusiński
- Richard Sanders
- Carla Smits-Nusteling

Skład Rady Dyrektorów nie zmienił się do dnia sporządzenia niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego.



5. Połączenia przedsięwzięć

W tej nocie kwoty zostały wyrażone w PLN, a nie w tysiącach PLN.

W roku zakończonym 31 grudnia 2020 r. oraz w okresie porównawczym zakończonym 31 grudnia 2019 r. Grupa zrealizowała następujące połączenia jednostek gospodarczych:

Nabycie eBilet Polska Sp. z o.o.

W dniu 19 kwietnia 2019 r. Allegro.pl Sp. z o.o. nabyło 135 520 udziałów w eBilet Polska Sp. z o.o. („eBilet”) stanowiących 80% wyemitowanych udziałów od podmiotu niepowiązanego Bola Investments Limited za kwotę 95 894 tys. PLN. W dniu 25 września 2020 r. Allegro.pl nabyło 33 880 udziałów w eBilet stanowiących pozostałe 20% udziałów za kwotę 40 000 tys. PLN i na dzień 31 grudnia 2020 r. Allegro.pl posiada 100% udziałów w eBilet. Obie transakcje zostały sfinansowane ze środków własnych Grupy i na 31 grudnia 2020 r. nie występowały salda z tego tytułu. Więcej informacji w nocy 26.

eBilet jest jednym z największych dystrybutorów biletów w Polsce. Jego działalność obejmuje sprzedaż biletów na wydarzenia kulturalne, sportowe oraz inne imprezy rozrywkowe, głównie poprzez kanał internetowy. Nabycie otwiera nowy rynek dla Grupy Allegro.eu, który wcześniej nie był dostępny na platformach Allegro i Ceneo.

Transakcja została rozliczona jako połączenie przedsięwzięć przy zastosowaniu metody nabycia. Zgodnie z rozliczeniem ceny zakupu zapłaconej przez Grupę, wartość firmy z tytułu nabycia w kwocie 48

937 tys. PLN dotyczy głównie synergii ze współpracy z Allegro. Oczekuje się, że wszystkie synergie wystąpią w eBilet.

Koszty związane z transakcją zakupu w wysokości 1 367 tys. PLN zostały ujęte w skonsolidowanym sprawozdaniu z całkowitych dochodów za okres zakończony 31 grudnia 2019 r. w pozycji Kosztów transakcyjnych. Za rok zakończony 31 grudnia 2020 Grupa rozpoznała koszty transakcyjne w kwocie 430 tys. PLN.

Utworzenie Allegro Finance Sp. z o.o.

W dniu 16 września 2019 Allegro.pl oraz Trade Analytics (obie spółki z Grupy Allegro.eu) utworzyły nowy podmiot – Allegro Finance Sp. z o.o. („Allegro Finance”) z kapitałem zakładowym w wysokości 600 tys. PLN, podzielonym na 6 000 udziałów o wartości 100 PLN każda. Na początku 2020 r. wszystkie udziały zostały sprzedane na rzecz Allegro.pl.

Podstawowym przedmiotem działalności Spółki jest pośrednictwo finansowe oferowane na stronie internetowej Allegro we współpracy z partnerami. Transakcja ta nie ma wpływu na Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe.

Nabycie Allegro Pay Sp. z o.o. (dawniej: FinAi S.A.).

W dniu 27 stycznia 2020 r. spółka Allegro.pl Sp. z o.o. nabyła 100% akcji FinAi S.A. (obecna nazwa: Allegro Pay Sp. z o.o.). Cena wyniosła 7 000 tys. PLN za 100% udziałów w spółce, a płatność gotówkowa została podzielona na dwie transze – 2 000 tys. PLN zostało zapłacone w 2019 r., a pozostała część 5 000 tys. PLN w styczniu 2020 r. Razem z tym podmiotem Grupa nabyła następujące aktywa: saldo środków pieniężnych w wysokości 798 tys. PLN, wartości niematerialne i prawne w wysokości 6 481 tys. PLN,

należności handlowe oraz pozostałe w wysokości 804 tys. PLN, rzeczowe aktywa trwałe w wysokości 23 tys. PLN, aktywa z tytułu podatku odroczonego w wysokości 31 tys. PLN, zobowiązania handlowe w kwocie 740 tys. PLN oraz zobowiązania wobec pracowników w wysokości 397 tys. PLN. Spółka była start-upem z sektora pośrednictwa finansowego, który zakończył działalność we wrześniu 2019 roku. Wraz z Allegro Pay, Allegro.pl pozyskało istniejące oprogramowanie służące do analizy kredytowej nabywców platformy Allegro oraz przeprowadzania procesów AML (przeciwdziałania praniu pieniędzy) i KYC (poznaj swojego klienta), a także zespół ekspertów z dziedziny FinTech. Allegro.pl oczekuje, że te kompetencje i zdolności będą w przyszłości istotnymi czynnikami umożliwiającymi dalszy wzrost wskaźnika penetracji usług finansowych na platformie handlowej.

Aby ustalić sposób klasyfikacji transakcji, Grupa przeprowadziła test koncentracji dopuszczony w paragrafie B7A standardu MSSF 3. Test koncentracji został spełniony, a zespół nabytych działań i aktywów nie został uznany za przedsięwzięcie, lecz za nabycie aktywów. Jako że Allegro.pl nabyło środki produkcji, a nie funkcjonujące przedsięwzięcie, transakcja ujmowana jest jako nabycie aktywów, a cena nabycia przypisywana jest do nabytych aktywów netto (tj. aktywa/zobowiązania finansowe ujmowane są wg wartości godziwej, a pozostała kwota przypisywana jest proporcjonalnie do nabytych aktywów niefinansowych). Nie została ujęta wartość firmy ani zysk z tytułu okazynego nabycia. Nabycie aktywów ewidencjonuje się wg kosztu nabycia, który jest przypisywany do grupy aktywów na podstawie relatywnej wartości godziwej.

W dniu 31 lipca 2020 r. nabyta spółka zmieniła nazwę na Allegro Pay, zgodnie z marką produktu finansowania konsumenckiego uruchomionego przez spółkę we współpracy z platformą Allegro.

Nabycie OpenNet Sp. z o.o.

W dniu 27 października 2020 r. Allegro Logistyka Sp. z o.o. nabyła 100% udziałów w spółce OpenNet Sp. z o.o. za cenę 12 286 tys. PLN zapłaconą w gotówce. Płatność została podzielona na dwie transze: kwota 8 393 tys. PLN została rozliczona w dniu zawarcia transakcji, a pozostała kwota 3 893 tys. PLN ma zostać zapłacona w grudniu 2022 r. Transakcja została sfinansowana ze środków własnych Grupy. OpenNet jest czołowym dostawcą rozwiązań technologicznych dla sektora logistyki w Polsce i za granicą, w tym posiada szereg praw autorskich do oprogramowania do automatów paczkowych, rozwiązań „ostatniego kilometra” dla kurierów i punktów odbioru, a także centrów dystrybucji. OpenNet świadczy profesjonalne usługi rozwoju i utrzymania oprogramowania na rzecz wiodących firm logistycznych i pocztowych. Wraz ze spółką OpenNet, Allegro Logistyka pozyskała zespół wykwalifikowanych programistów. Przejęcie otwiera przed Grupą nowe możliwości w zakresie innowacji logistycznych. Transakcja została rozliczona jako połączenie jednostek gospodarczych przy zastosowaniu metody przejścia.

Zgodnie z rozliczeniem ceny zakupu zapłaconej przez Grupę, wartość firmy ujęta z tytułu nabycia w kwocie 7 907 tys. PLN dotyczy głównie synergii wynikającej ze współpracy z Allegro Logistyka. Oczekuje się, że synergia wystąpią głównie w Allegro.pl.

Koszty związane z transakcją zakupu w wysokości 123 tys. PLN zostały ujęte w skonsolidowanym rachunku zysków i strat i pozostałych całkowitych dochodów za okres zakończony 31 grudnia 2020 r. w pozycji Koszty transakcyjne.

Poniżej zaprezentowano efekt rozliczenia przejęć:

Na dzień nabycia	OpenNet 27.10.2020	eBilet 19.04.2019
Środki pieniężne – zapłata ceny za udziały	8 393	95 894
Środki pieniężne – odroczone płatność za udziały	3 894	—
Udziały mniejszościowe – wyceniane według udziału proporcjonalnego w aktywach netto	—	11 739
Wartość godziwa aktywów netto	(4 380)	(58 696)
Wartość firmy	7 907	48 937

Nabyte aktywa netto	OpenNet 27.10.2020	eBilet 19.04.2019
Znaki towarowe	157	5 234
Relacje z klientami	2 015	22 497
Domeny	—	5 092
Oprogramowanie	1 517	18 687
Inne wartości niematerialne i prawne	—	4 688
Rzeczowe aktywa trwałe	—	672
Zapasy	—	37
Należności handlowe oraz pozostałe należności	650	2 146
Nabyte środki pieniężne	991	32 916
Zobowiązania leasingowe	—	(388)
Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania	(263)	(22 766)
Rezerwa na podatek dochodowy	—	(11)
Inne aktywa/(zobowiązania)	—	(823)
Zobowiązanie z tytułu odroczonego podatku dochodowego	(687)	(9 285)
Wartość godziwa aktywów netto	4 380	58 696

	OpenNet 27.10.2020	eBilet 19.04.2019
Cena nabycia	8 393	95 894
Nabyte środki pieniężne i ich ekwiwalenty	(991)	(32 916)
Przepływ środków pieniężnych w transakcji nabycia	7 402	62 978

Wartość firmy jest corocznie testowana pod kątem możliwej utraty wartości, lub częściej, jeżeli występują przesłanki utraty wartości (patrz Nota 30.1). Relacje z klientami, znaki towarowe, domeny oraz oprogramowanie amortyzuje się przez szacowany okres ich ekonomicznej użyteczności (patrz nota 13).

Przychody spółki eBilet ujmowane od dnia przejęcia w sprawozdaniu z całkowitych dochodów za rok obrotowy 2019 wyniosły 19 799 tys. PLN, a jej zysk netto 10 226 tys. PLN. Jeżeli nabycie eBilet ujmowane byłoby od początku roku, to przychody Grupy za rok obrotowy 2019 wyniosłyby 2 598 394 tys. PLN a jej zysk netto 394 856 tys. PLN.

Przychody spółki OpenNet ujmowane od dnia przejęcia w sprawozdaniu z całkowitych dochodów za rok obrotowy 2020 wyniosły 610 tys. PLN, a jej strata netto 266 tys. PLN. Jeżeli nabycie OpenNet ujmowane byłoby od początku rocznego okresu sprawozdawczego, to przychody Grupy za rok obrotowy 2020 wyniosłyby 4 001 257 tys. PLN a jej zysk netto 419 713 tys. PLN.

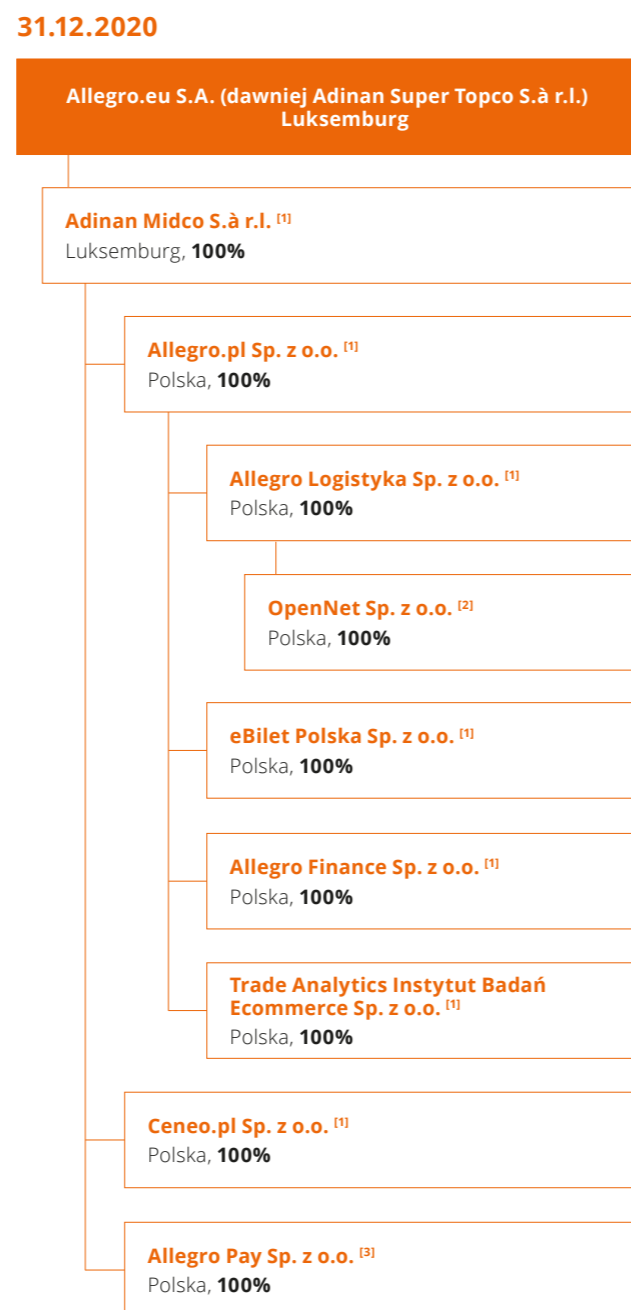
eBilet oraz OpenNet zostały przypisane do segmentu „Inne”, ponieważ nie spełniają kryteriów istotności według MSSF 8.



6. Struktura grupy

Na dzień 31 grudnia 2020 r., Grupa Allegro.eu obejmowała Allegro.eu S.A., tj. dawniej Adinan Super Topco (Jednostka Dominująca), oraz pośrednią spółkę holdingową Adinan Midco, mającą siedzibę w Luksemburgu, oraz spółki prowadzące działalność operacyjną na terytorium Polski – Allegro.pl, Ceneo.pl, Trade Analytics Instytut Badań Ecommerce, eBilet Polska, Allegro Finance, Allegro Pay oraz OpenNet, a także nieoperacyjną jednostkę zależną Allegro Logistyka. Każda z Polskich Spółek Operacyjnych oraz ich jednostek zależnych ma siedzibę w Polsce. Dodatkowo, Allegro.pl jest właścicielem Fundacji Allegro All For Planet, która nie jest konsolidowana ze względu na jej nieistotność.

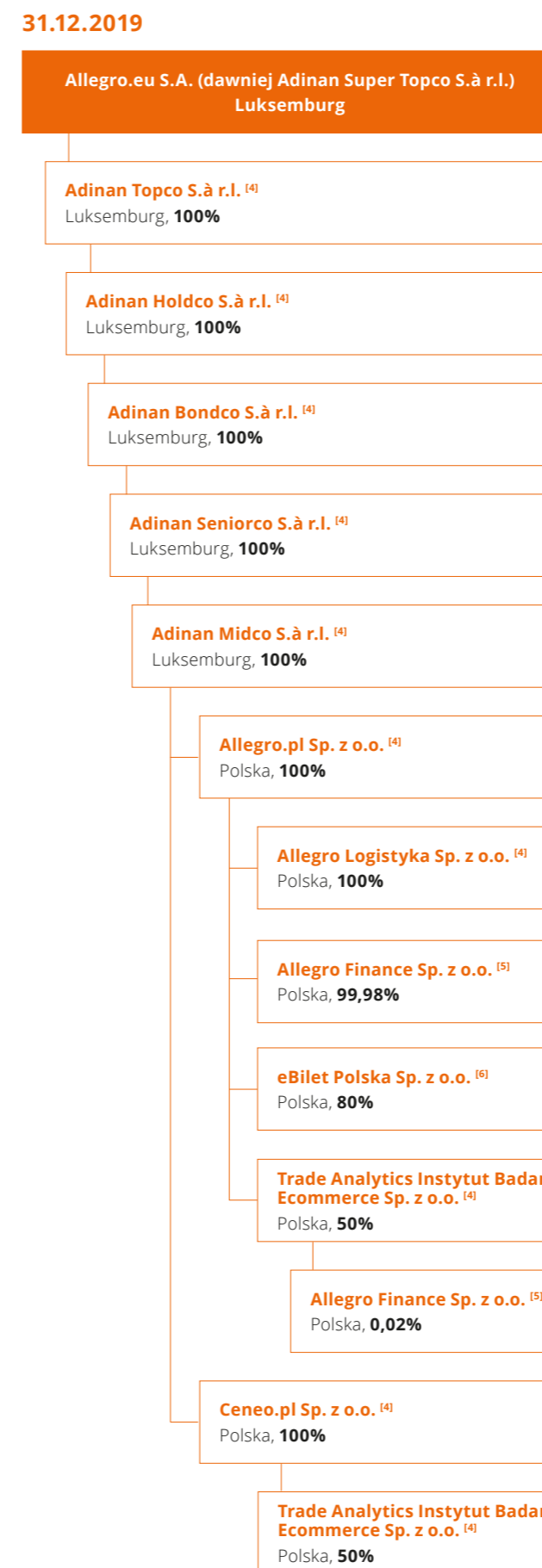
Kluczowe informacje dotyczące członków Grupy, akcji i udziałów będących w posiadaniu Grupy na dzień 31 grudnia 2020 r. oraz 31 grudnia 2019 r. oraz w okresach ich konsolidacji przedstawione są obok.



[1] Okres objęty konsolidacją 01.01.2020 – 31.12.2020

[2] Okres objęty konsolidacją 27.10.2020 – 31.12.2020

[3] Okres objęty konsolidacją 27.01.2020 – 31.12.2020



[4] Okres objęty konsolidacją 01.01.2019 – 31.12.2019

[5] Okres objęty konsolidacją 30.09.2019 – 31.12.2019

[6] Okres objęty konsolidacją 01.05.2019 – 31.12.2019

W wyniku połączenia oraz likwidacji przeprowadzonych wewnątrz Grupy w dniu 21 grudnia 2020 r. spółki holdingowe Adinan Topco, Adinan Holdco, Adinan Bondco oraz Adinan Seniorco przestały istnieć. Transakcja nie miała wpływu na niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe, ponieważ były to spółki w pełni zależne, konsolidowane w ramach Grupy, a ich likwidacja stanowiła jedynie uproszczenie struktury Grupy.

7. Zatwierdzenie Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego

Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe za rok zakończony 31 grudnia 2020 roku zostało zatwierdzone i przez Radę Dyrektorów do publikacji w dniu 3 marca 2021.

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

Noty do skonsolidowanego sprawozdania z całkowitych dochodów

8. Informacje o segmentach

8.1 Opis segmentów i działalności podstawowej

Grupa Allegro.eu wdrożyła wewnętrzny system sprawozdawczości funkcjonalnej. Na potrzeby zarządzania Grupa została zorganizowana wokół jednostek gospodarczych ze względu na oferowane produkty, i posiada dwa następujące operacyjne segmenty sprawozdawcze:

- Działalność Allegro.pl – segment funkcjonujący jako platforma e-commerce B2C i C2C Allegro.pl, świadczący usługi e-commerce przez Internet w Polsce, oraz usługi finansowe Allegro Pay, oraz
- Działalność Ceneo – segment będący platformą do porównywania cen w Polsce, pozwalający użytkownikom na porównywanie towarów z różnych polskich sklepów internetowych.

Segment Inne obejmuje głównie wyniki spółki eBilet, która jest konsolidowana od maja 2019 r., oraz OpenNet, która jest konsolidowana od października 2020 r., a także koszty spółek holdingowych.

Segmenty operacyjne występują na poziomie Grupy. Jednostka Dominująca jako spółka holdingowa klasyfikowana jest w segmencie Inne. Wyniki segmentów oceniane są na podstawie przychodów oraz zysku z działalności operacyjnej przed amortyzacją (EBITDA), który zdefiniowano w nocie 8.2. Przyjęte zostały jednolite zasady rachunkowości dla wszystkich segmentów oraz dla całej Grupy. Transakcje pomiędzy segmentami wyłączane są w procesie konsolidacji.

Do segmentów nie są przypisywane przychody z tytułu odsetek oraz koszty finansowe, ponieważ działalność tego typu prowadzona jest przez centralną jednostkę skarbu, która zarządza pozycją gotówkową Grupy. Oba segmenty operacyjne mają rozproszoną bazę klientów – żaden pojedynczy klient nie generuje więcej niż 10% przychodów segmentu. Działalność Grupy prowadzona jest w jednym obszarze geograficznym, na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.

01.01–31.12.2020	TOTAL	Allegro	Ceneo	Inne	Wyłączenia
Przychody zewnętrzne	3 997 811	3 756 433	235 422	5 956	—
Przychody pomiędzy segmentami	—	12 671	45 106	168	(57 945)
Przychody netto	3 997 811	3 769 104	280 528	6 124	(57 945)
Koszty operacyjne	(2 410 979)	(2 238 778)	(145 977)	(84 169)	57 945
EBITDA	1 586 832	1 530 326	134 551	(78 045)	—
Amortyzacja	(463 789)				
Wynik z działalności finansowej	(506 336)				
Zysk przed opodatkowaniem	616 707				
Obciążenia z tytułu podatków	(198 147)				
Zysk netto	418 560				

01.01–31.12.2019	TOTAL	Allegro	Ceneo	Inne	Wyłączenia
Przychody zewnętrzne	2 592 306	2 387 049	185 458	19 799	—
Przychody pomiędzy segmentami	—	4 213	30 329	1 194	(35 736)
Przychody netto	2 592 306	2 391 262	215 787	20 993	(35 736)
Koszty operacyjne	(1 266 916)	(1 179 229)	(106 273)	(17 150)	35 736
EBITDA	1 325 390	1 212 033	109 514	3 843	—
Amortyzacja	(439 303)				
Wynik z działalności finansowej	(373 038)				
Zysk przed opodatkowaniem	513 049				
Obciążenia z tytułu podatków	(119 974)				
Zysk netto	393 075				

Zarząd nie analizuje segmentów operacyjnych pod względem wartości aktywów i wartości zobowiązań. Segmenty operacyjne Grupy prezentowane są w sposób zgodny ze sprawozdawczością wewnętrzną przekazywaną do Rady Dyrektorów, która jest głównym organem podejmującym decyzje strategiczne. Decyzje operacyjne podejmowane są na poziomie spółek operacyjnych.

8.2. Skorygowana EBITDA (miernik niezdefiniowany w standardach rachunkowości)

EBITDA, która jest miarą zysku segmentów operacyjnych, definiowana jest jako zysk netto powiększony o obciążenie z tytułu podatku dochodowego, wynik na działalności finansowej (tj. Przychody i koszty finansowe) oraz amortyzację.

Kierownictwo Grupy ma przekonanie, że Skorygowana EBITDA jest najbardziej odpowiednim miernikiem zysku Grupy. 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 monitorowania, kosztów postępowań regulacyjnych, kosztów restrukturyzacji Grupy, darowizn na rzecz różnych organizacji pożytku publicznego, niektórych elementów motywacyjnych oraz premii dla pracowników, a także kosztów transakcyjnych, w tym głównie kosztów związanych z IPO, ponieważ są to głównie koszty jednorazowe, które nie są bezpośrednio związane z podstawową działalnością Grupy. Skorygowana EBITDA jest weryfikowana i analizowana wyłącznie na poziomie Grupy.

EBITDA oraz skorygowana EBITDA nie są miernikami zdefiniowanymi w MSSF i nie należy traktować ich jako alternatywę dla mierników MSSF, jako miar zysku/(straty) za okres, lub jako wskaźników wyników operacyjnych albo jako miarę przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej zgodnych z MSSF ani jako wskaźnik płynności. EBITDA oraz skorygowana EBITDA nie są miernikami jednolitymi i wystandaryzowanymi, w związku z czym obliczenie EBITDA oraz skorygowana EBITDA może znacząco się różnić w różnych spółkach.

	01.01–31.12.2020	01.01–31.12.2019
EBITDA	1 586 832	1 325 390
Koszty doradztwa ^[1]	1 794	3 252
Koszty postępowań regulacyjnych, opłaty prawne ^[2]	4 890	2 931
Koszty restrukturyzacji Grupy ^[3]	7 172	881
Darowizny na rzecz różnych organizacji pożytku publicznego ^[4]	6 892	—
Premia dla pracowników i środki ochrony sanitarnej dla pracowników ^[5]	3 276	—
Program motywacyjny Allegro Incentive Plan ^[6]	25 428	—
Program Inwestycyjny dla kierownictwa ^[7]	52 191	4 320
Koszty transakcyjne ^[8]	61 569	1 367
Skorygowana EBITDA	1 750 044	1 338 141

- [1] Koszty poniesione w odniesieniu do świadczenia usług doradczych przez akcjonariuszy Grupy (więcej informacji w nocie 37), w tym koszty podróży i koszty usług świadczonych odnośnie do projektów leżących poza zakresem obowiązków nadzorczych.
- [2] Koszty prawne związane głównie z postępowaniami regulacyjnymi, opłatami prawnymi i kosztami zawieranych ugód. Postępowania regulacyjne opisane są w nocie 33.2.
- [3] Koszty badania prawnego i finansowego dotyczącego niedokonanych przejęć spółek oraz inne koszty prawne.
- [4] Darowizny dokonane przez Grupę na wsparcie kilku organizacji pożytku publicznego w czasie pandemii COVID-19.
- [5] Koszty poniesione przez Grupę na zakup środków ochrony sanitarnej dla pracowników i wypłatę premii dla pracowników na zakup sprzętu wymaganego do pracy zdalnej w czasie pandemii COVID-19.
- [6] Zawiera jednorazowy przydział akcji na rzecz pracowników, przeprowadzony podczas IPO Grupy.
- [7] Koszt wynagrodzenia w formie akcji dotyczył elementów motywacyjnych Programu Inwestycyjnego dla kierownictwa („MIP”), w których uczestniczyło kierownictwo pośrednio poprzez inwestycje w akcje Adiman SCSp Trust i bezpośrednio poprzez akcje serii C i D wyemitowane przez Allegro.eu. Wzrost kosztów wynagrodzenia w formie akcji ujętych w 2020 r. jest wynikiem nowych inwestycji zrealizowanych w ramach programu MIP przy pomocy pożyczek z niepełną odpowiedzialnością dłużnika, a także przyspieszenia zakładanej w programie daty wyjścia do daty IPO Grupy. Program Inwestycyjny dla kierownictwa zakończył się w momencie pełnego rozliczenia IPO Grupy. Więcej informacji w nocie 39.
- [8] Przedstawia koszty usług doradczych i konsultingowych poniesione w trakcie procesu IPO w 2020 r. (61 139 PLN), oraz nabycie udziałów mniejszościowych 20% w eBilet (430 PLN). W 2019 r. Grupa poniosła jedynie koszty związane z pierwotnym przejęciem eBilet w kwietniu 2019 r. (1 367 PLN).

9. Przychody z umów z klientami

9.1. Zasady rachunkowości

Ujmowanie przychodów

Zgodnie z MSSF 15 przychody ujmuje się w momencie, gdy klient uzyskuje kontrolę nad towarem lub usługą. W przypadku sprzedaży wielu towarów lub usług w ramach jednej umowy, wynagrodzenie jest alokowane do każdego zobowiązania do wykonania świadczenia w oparciu o jednostkową cenę sprzedaży. Wynagrodzenie obejmuje oszacowanie zmiennego wynagrodzenia, jeżeli jest wysoce prawdopodobne, że kwota nie spowoduje istotnego odwrócenia przychodów w przypadku zmiany szacunków. Jeżeli umowa zawiera znaczący element odroczonej płatności, to cena transakcyjna korygowana jest o wartość pieniądza w czasie (Grupa nie miała takich umów w 2020 i 2019 r.).

Przychody platformy handlowej

Grupa pobiera dwa podstawowe rodzaje opłat: prowizję od sprzedaży oraz opłaty za wystawienie ofert. Opłata za wystawienie oferty należna jest z góry i nie podlega zwrotowi. Prowizja od sprzedaży pobierana jest w momencie sprzedaży oferowanego towaru.

W umowie ze sprzedającym występuje tylko jedno zobowiązanie do wykonania świadczenia, którym jest usługa sprzedaży. Wydaje się, że nie występuje żadna korzyść reklamowa dla sprzedającego, którą można by odseparować od usługi sprzedaży. Jest tak, ponieważ nie istnieją przesłanki, z których wynikałoby, że sprzedający może odnosić korzyści reklamowe – ani samodzielnie, ani przy użyciu innych dostępnych zasobów – ponieważ ograniczony i monitorowany kontakt pomiędzy sprzedającym a kupującym uniemożliwia jakiegokolwiek wzajemne interakcje poza serwisem Grupy, co odróżnia relację tego rodzaju od typowej umowy reklamowej.

PROWIZJE OD SPRZEDAŻY

Na podstawie własnej oceny zarząd 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 księguje 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 zasady pozwalają sprzedającym na składanie wniosków o zwrot prowizji od transakcji, z których klienci zrezygnowali, w okresie 45 dni od zawarcia danej transakcji.

Przychody z platformy handlowej fakturowane są co miesiąc, z 14-dniowym terminem płatności.

OPŁATY ZA WYSTAWIENIE OFERTY

Na podstawie własnej oceny zarząd 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 publikację oferty towarów, jak i znalezienie kupującego). W efekcie Grupa uzyskuje przychody od sprzedających na platformie i ujmuje opłaty za publikację oferty liniowo przez cały okres wystawienia towaru.

Przychody z porównywarki cenowej

Przychody ujmowane są w momencie kliknięcia przez kupującego oferty sprzedającego publikowanej wraz z konkurencyjnymi ofertami tego samego produktu. Kupujący przekierowywany jest na stronę internetową sprzedającego, który płaci opłatę za kliknięcie za tę transakcję.

Przychody fakturowane są co miesiąc z dołu, najczęściej z 14-dniowym terminem płatności.

Usługi reklamowe

Przychody ze świadczonych usług reklamowych rozpoznawane są w okresie sprawozdawczym, w którym usługa jest świadczona. Jeżeli świadczenie usługi składa się z niedającej się określić liczby działań wykonanych w określonym przedziale czasu, przychody są ujmowane na koniec każdego miesiąca na podstawie liczby odsłon w danym okresie, według ustalonych stawek. Przychody z usług reklamowych są prezentowane 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 uzyskiwane są z tytułu sprzedaży przez Allegro.pl towarów zakupionych do odsprzedaży poprzez własny sklep Allegro funkcjonujący na platformie handlowej. Przychody ujmowane są w momencie, gdy klient uzyskuje kontrolę nad towarem, czyli w momencie dostarczenia towaru klientowi. Dostawa następuje w momencie wysyłki towarów do lokalizacji określonej przez klienta.

W momencie pierwotnego zakupu towarów online, aż do momentu dostarczenia towarów klientowi, cena transakcyjna uzyskana przez Grupę ewidencjonowana jest jako zobowiązanie z tytułu umowy.

Pozostałe przychody

Pozostałe przychody obejmują przychody z usług hostingowych ujmowane wraz z upływem czasu. Klientami usług hostingowych są spółki, które są lub były własnością Grupy Naspers, poprzedniego właściciela Grupy.

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 ich do robienia 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.

Smart!

Allegro częściowo pokrywa wydatki, które mogą być postrzegane przez kupujących jako bariera do zawierania transakcji e-commerce (e-handlu), takie jak koszt dostawy. W 2018 roku wprowadzony został program lojalnościowy Smart!, którego celem jest ograniczenie wpływu bariery związanej z kosztami dostawy. W zamian za miesięczną lub roczną opłatę, użytkownik otrzymuje nieograniczoną liczbę darmowych dostaw w okresie abonamentu, pod warunkiem osiągnięcia minimalnej wartości zamówienia. Wpływy z abonamentu ujmowane są jako przychody przyszłych okresów i stopniowo przenoszone do całkowitych dochodów jako przychody poprzez cały okres obowiązywania umowy abonenckiej, ponieważ liczba darmowych dostaw w programie Smart! nie jest ograniczona. Allegro organizuje dostawę towarów zakupionych przez abonentów programu Smart! W odniesieniu do darmowych dostaw Allegro działa jako agent, w związku z czym koszt darmowej dostawy odejmowany jest od opłat abonenckich płaconych przez abonentów Smart! Koszty dostaw przewyższające opłaty otrzymane od abonentów Smart! prezentowane są w pozycji „Koszty dostaw netto” w kosztach działalności operacyjnej w sprawozdaniu z całkowitych dochodów. Część transakcji związanych z programem Smart! może zakończyć się stratą, ponieważ koszty dostawy do kupującego mogą być wyższe, niż opłaty transakcyjne otrzymane od sprzedających. Mimo to Grupa uznała, że straty te są akceptowalne z perspektywy biznesowej, ze względu na fakt iż celem programu jest zwiększenie ogólnego zaangażowania kupujących i wolumenu transakcji, które ogółem generują dodatkowe przychody netto.

Monety Allegro

Program lojalnościowy Monety Allegro został wdrożony, aby zachęcić Kupujących do określonych zachowań (np. zakupy za pośrednictwem aplikacji mobilnej, zakupy w określonych kategoriach). Za dokonane zakupy Kupujący otrzymują monety, które uprawniają ich do zniżek na przyszłe zakupy. Zobowiązanie umowne z tytułu przydzielonych monet ujmowane jest w momencie sprzedaży. Wartość zniżek przydzielonych i wykorzystanych w danym okresie klasyfikuje się jako rabat. Koszty monet uzyskanych z tytułu zakupów od sprzedających prezentowane są jako korekty przychodów, natomiast koszty monet przydzielonych w efekcie różnych działań nabywców na platformie (np. pobranie aplikacji mobilnej) prezentowane są jako koszty marketingowe.

9.2. Podział przychodów z umów z klientami

	01.01–31.12.2020	01.01–31.12.2019
Przychody platformy handlowej	3 230 983	2 099 744
Usługi reklamowe	337 834	207 071
Przychody z porównywarki cenowej	189 964	145 765
Sprzedaż towarów	216 626	115 211
Pozostałe przychody	22 404	24 515
Przychody netto	3 997 811	2 592 306

Element działalności przychodowej, będący ujemną kwotą odpowiadającą nadwyżce kosztów dostaw Smart! nad otrzymaną ceną abonamentu, prezentowany jest jako koszt w pozycji „Koszty dostaw netto” w kosztach operacyjnych w sprawozdaniu z całkowitych dochodów.

Poniżej przedstawione są przychody w podziale na segmenty:

01.01–31.12.2020	Allegro	Ceneo	Inne	Wylączenia	Razem
Przychody platformy handlowej	3 226 006	—	5 389	(412)	3 230 983
Usługi reklamowe	292 187	48 856	—	(3 209)	337 834
Przychody z porównywarki cenowej	—	226 792	—	(36 828)	189 964
Sprzedaż towarów	216 626	—	—	—	216 626
Pozostałe przychody	34 286	4 880	734	(17 496)	22 404
Przychody netto	3 769 105	280 528	6 123	(57 945)	3 997 811

01.01–31.12.2019	Allegro	Ceneo	Inne	Wyłączenia	Razem
Przychody platformy handlowej	2 079 945	—	19 799	—	2 099 744
Usługi reklamowe	165 688	45 499	—	(4 116)	207 071
Przychody z porównywarki cenowej	—	166 832	—	(21 067)	145 765
Sprzedaż towarów	115 211	—	—	—	115 211
Pozostałe przychody	30 418	3 456	1 194	(10 553)	24 515
Przychody netto	2 391 262	215 787	20 993	(35 736)	2 592 306

Przychody uzyskiwane przez Grupę z transakcji na towarach i usługach ujmowane są w określonym momencie lub rozliczane w czasie. Poniżej przedstawiony jest podział tych przychodów w podstawowych segmentach operacyjnych Grupy.

01.01–31.12.2020	Allegro	Ceneo	Inne	Wyłączenia	Razem
Moment ujęcia przychodów:					
W określonym momencie (w tym prowizja od sprzedaży)	2 469 109	228 728	6 123	(51 976)	2 651 984
Rozliczane w czasie	1 299 996	51 800	—	(5 969)	1 345 827
Przychody netto	3 769 105	280 528	6 123	(57 945)	3 997 811

01.01–31.12.2019	Allegro	Ceneo	Inne	Wyłączenia	Razem
Moment ujęcia przychodów:					
W określonym momencie (w tym prowizja od sprzedaży)	1 458 914	167 739	20 993	(29 106)	1 618 540
Rozliczane w czasie	932 348	48 048	—	(6 630)	973 766
Przychody netto	2 391 262	215 787	20 993	(35 736)	2 592 306

Działalność Grupy prowadzona jest w jednym obszarze geograficznym, na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej. 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 rozpoznała następujące zobowiązania umowne związane z przychodami:

	Przychody przyszłych okresów – Allegro Smart! ^[1]	Przychody przyszłych okresów – publikacja i promocja ofert ^[2]	Pozostałe przychody przyszłych okresów
Stan na 01.01.2020	28 579	8 538	2 146
Obciążenie/(uznanie)	28 397	(562)	(2 146)
Stan na 31.12.2020	56 976	7 976	—

	Przychody przyszłych okresów – Allegro Smart! ^[1]	Przychody przyszłych okresów – publikacja i promocja ofert ^[2]	Pozostałe przychody przyszłych okresów
Stan na 01.01.2019	17 190	6 431	2 088
Obciążenie/(uznanie)	11 389	2 107	58
Stan na 31.12.2019	28 579	8 538	2 146

- [1] **Program Smart!** – lojalnościowy program Smart! dla kupujących został wprowadzony w 2018 r. Kupujący płacą miesięczne lub roczne opłaty abonamentowe na początku okresu subskrypcji; na dzień bilansowy część dotycząca przyszłych okresów ujmowana jest proporcjonalnie jako przychody przyszłych okresów.
- [2] **Publikacja i promocja ofert** – sprzedający mogą publikować oferty swoich towarów na platformie w formie ogłoszenia. Opłaty z tego tytułu ewidencjonowane są jako przychody okresu, w którym publikowana jest oferta.

Zobowiązania z tytułu umów z klientami prezentowane są w zobowiązaniach handlowych oraz pozostałych zobowiązaniach.

W roku 2020 i 2019 nie wystąpiły aktywa z tytułu umów z klientami.

Istotne zmiany aktywów i zobowiązań z tytułu umów z klientami

W bieżącym okresie nie wystąpiły istotne zmiany 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 zobowiązaniami z tytułu umów z klientami

W okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2020 r. ujęte zostały przychody w wysokości 28 579 PLN z tytułu zobowiązań umownych programu Smart! oraz przychody przyszłych okresów w wysokości PLN 8 538 z tytułu publikacji i promocji ofert z kwot, które zostały zawarte w saldzie zobowiązań z tytułu umów z klientami na początek okresu, tj. 1 stycznia 2020 r.

W okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2019 r. ujęte zostały przychody w wysokości 17 190 PLN z tytułu zobowiązań umownych programu Smart! oraz przychody przyszłych okresów w wysokości PLN 6 431 z tytułu publikacji i promocji ofert z kwot, które zostały zawarte w saldzie zobowiązań z tytułu umów z klientami na początek okresu 1 stycznia 2019 r.

Przypisanie ceny transakcyjnej do niezrealizowanych obowiązków umownych

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, ani kiedy spodziewa się ująć te kwoty w przychodach.

Aktywa z tytułu kosztów niezbędnych do uzyskania lub realizacji umowy

W roku 2020 i 2019 nie wystąpiły aktywa z tytułu kosztów niezbędnych do uzyskania lub realizacji umowy.



Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

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]	Bonus retrospektywny z tytułu przychodów reklamowych ^[3]
Stan na 01.01.2020	21 620	5 398	4 141
Obciążenie/(uznanie)	11 227	7 491	569
Stan na 31.12.2020	32 847	12 889	4 710

	Zobowiązania z tytułu programu lojalnościowego Monety Allegro ^[1]	Zobowiązania z tytułu zwrotów wynikających z umów ^[2]	Bonus retrospektywny z tytułu przychodów reklamowych ^[3]
Stan na 01.01.2019	17 190	6 431	2 088
Obciążenie/(uznanie)	4 430	(1 033)	2 053
Stan na 31.12.2019	21 620	5 398	4 141

[1] **Program lojalnościowy Monety Allegro** – program Monety Allegro został wprowadzony w styczniu 2017 r. Zwiększenie salda zobowiązań wynika z wyższego poziomu sprzedaży w 2020 r.

[2] **Zwroty** – ta pozycja obejmuje zwroty prowizji oraz inne zwroty. Każdy kupujący ma prawo zwrócić sprzedającemu zakupiony towar. W takim przypadku Grupa zobowiązana jest do zwrotu prowizji za anulowaną transakcję. Na koniec każdego okresu sprawozdawczego Grupa koryguje przychody transakcyjne o kwotę oczekiwanych zwrotów i tworzy rezerwę na zwrot prowizji od sprzedaży. Zobowiązanie z tytułu zwrotu prowizji to wyliczone przy użyciu metody wartości oczekiwanej wynagrodzenie, jakie Grupa spodziewa się zwrócić sprzedającym wraz z równoległą korektą przychodów.

[3] **Bonusy retrospektywne z tytułu przychodów reklamowych** – Allegro wypłaca bonusy retrospektywne na rzecz domów mediowych publikujących reklamy na stronie internetowej Allegro. 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 zaksięgowanymi.

Zobowiązania z tytułu zwrotów prezentowane są w zobowiązaniach handlowych oraz pozostałych zobowiązaniach.

9.5 Istotne subiektywne osądy

Przy opracowywaniu polityki rachunkowości przychodów zgodnych z wymogami MSSF 15, Zarząd rozważał, czy prezentacja księgowa wynikająca z zastosowanych subiektywnych ocen w najlepszy możliwy sposób oddaje treść gospodarczą transakcji sprzedaży oraz programów motywacyjnych na portalu handlowym. Zarząd zidentyfikował 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! Zarząd 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

	01.01–31.12.2020	01.01–31.12.2019
Przychody odsetkowe z tytułu lokat i środków na rachunkach bankowych	2 761	8 046
Pozostałe przychody finansowe	3 271	1 604
Wycena aktywa finansowego	10 933	—
Różnice kursowe	—	1 333
Przychody finansowe	16 965	10 983
Koszty odsetek	(297 099)	(361 113)
Odpis odroczonej kosztów kredytów i pożyczek	(143 378)	—
Instrument zabezpieczający stopę procentową	(41 874)	(14 781)
Koszt przedterminowej spłaty kredytu Second Lien	(26 000)	—
Odsetki od leasingu	(3 028)	(3 835)
Opłata za dostępność linii kredytowej	(3 311)	(3 195)
Różnice kursowe	(4 236)	—
Pozostałe koszty finansowe	(4 375)	(1 097)
Koszty finansowe	(523 301)	(384 021)
KOSZTY FINANSOWE NETTO	(506 336)	(373 038)

W dniu 28 września 2020 r. Rada Dyrektorów podjęła decyzję w sprawie refinansowania kredytów Grupy nowym, niższym kredytem, oraz wpływami z pierwotnej sprzedaży akcji podczas IPO Grupy. Wskutek tej decyzji, oczekiwany termin spłaty istniejących kredytów przesunął się na 14 października 2020 r. z 2023 i 2024 r.

W efekcie wartość księgowa istniejących kredytów według kosztu zamortyzowanego wzrosła o 143 378 PLN, głównie ze względu na odpis odroczonej kosztów kredytów i pożyczek, które zostały ujęte jako niepieniężny koszt finansowy.

Spłata kredytu Second Lien spowodowała naliczenie dodatkowej opłaty za przedterminową spłatę w wysokości 26 000 PLN.

11. Podatek dochodowy

Podatek dochodowy za dany rok obejmuje podatek bieżący i odroczony. Podatek dochodowy ujmuje się w zysku lub stracie, chyba że dotyczy pozycji ujętych w pozostałych całkowitych dochodach lub bezpośrednio w kapitale własnym. W takich przypadkach podatek również ujmowany jest odpowiednio w pozostałych całkowitych dochodach lub bezpośrednio w kapitale własnym.

Grupa generuje większość dochodów do opodatkowania w Polsce, w związku z czym podlega opodatkowaniu na podstawie Ustawy o podatku dochodowym od osób prawnych.

Stawka podatku dochodowego od osób prawnych w Polsce wynosi 19%. W 2020 i 2019 r. spółki luksemburskie podlegały opodatkowaniu stawką 24,94%.

W obszarach, w których przepisy podatkowe podlegają interpretacji, Zarząd okresowo weryfikuje podejście przyjęte do sporządzania deklaracji podatkowych. W uzasadnionych przypadkach tworzone są rezerwy na oczekiwane zobowiązania podatkowe.

11.1. Podatek dochodowy

	01.01–31.12.2020	01.01–31.12.2019
Podatek dochodowy bieżący	(260 984)	(160 828)
(Zwiększenie) / Zmniejszenie rezerwy z tytułu podatku odroczonego	62 837	40 854
Podatek dochodowy	(198 147)	(119 974)

11.2. Istotne szacunki

W świetle obowiązujących od 15 lipca 2016 r. postanowień Ogólnej Klauzuli Zapobiegającej Nadużyciom („GAAR”), która ma zapobiegać powstawaniu i wykorzystywaniu sztucznych struktur prawnych tworzonych w celu uniknięcia zapłaty podatku w Polsce, 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 Zarządu 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.

Organy podatkowe mogą przeprowadzić kontrolę ksiąg rachunkowych i rozliczeń podatkowych w okresie 5 lat od zakończenia roku, w którym złożono deklaracje podatkowe, obciążyć Grupę dodatkowo naliczonym podatkiem wraz z karami i odsetkami. W opinii Grupy nie istnieją okoliczności wskazujące na możliwość powstania istotnych zobowiązań z tego tytułu.

11.3. Uzgodnienie podatku dochodowego do podatku zapłaconego i należnego

	01.01–31.12.2020	01.01–31.12.2019
Zysk z działalności kontynuowanej przed opodatkowaniem	616 707	513 049
Podatek (należny)/podlegający zwrotowi przy zastosowaniu krajowej stawki podatkowej 19%	(117 174)	(97 479)
Efekt podatkowy na transakcjach, które nie podlegają odliczeniu przy kalkulacji dochodu do opodatkowania:		
Wydatki nie podlegające odliczeniu	(20 976)	(10 536)
Nierozpoznane aktywo z tytułu podatku odroczonego na stracie podatkowej	(24 242)	(15 045)
Wpływ likwidacji LuxCos	(52 234)	—
Wpływ zagranicznych stawek i regulacji podatkowych	16 479	3 086
Podatek dochodowy	(198 147)	(119 974)

Pozycja „Wpływ likwidacji LuxCos” przedstawia podatkowy wpływ likwidacji kilku podmiotów w Luksemburgu, który jest uznawany za niepodlegający odliczeniu.

Pozycja „Wpływ zagranicznych stawek i regulacji podatkowych” obejmuje wpływ różnych stawek podatku stosowanych w Luksemburgu i Polsce.

11.4. Kwoty ujęte bezpośrednio w pozostałych całkowitych dochodach

Podatek odroczony dotyczący pozostałych całkowitych dochodów ujęty bezpośrednio w pozostałych całkowitych dochodach wyniósł (6 953) PLN w 2020 r. i (801) PLN w 2019 r.

11.5. Straty podatkowe

W 2019 r. Adinan Seniorco wykazało nierozpoznane aktywo z tytułu podatku odroczonego na stracie podatkowej w wysokości 60 149 PLN (wygasające w 2024 r.). Było mało prawdopodobne, aby jednostka zależna osiągnęła dochód do opodatkowania w przewidywanej przyszłości.

W 2020 r. Allegro.eu wykazało nierozpoznane aktywo z tytułu podatku odroczonego na stracie podatkowej w wysokości 97 200 PLN (wygasające w 2025 r.). Te straty prawdopodobnie nie zostaną wykorzystane, ponieważ Jednostka Dominująca nie będzie w przyszłości generowała dochodu do opodatkowania ze względu na fakt, że dochody z dywidend od jednostek zależnych objęte są zwolnieniem od podatku.

11.6. Inne

Nie ujmuje się rezerwy z tytułu podatku odroczonego od różnic przejściowych w wysokości 1 357 712 PLN (1 156 035 PLN w 2019 r.) dotyczących nieprzekazanych zysków jednostek zależnych, ponieważ nieprzekazane zyski nie podlegają opodatkowaniu w momencie ich zapłaty.

W dniu 16 grudnia 2020 r. Grupa otrzymała formalne zawiadomienia o kontroli podatkowej w dwóch podmiotach Grupy wszczętej przez Naczelnika Małopolskiego Urzędu Celno-Skarbowego w Krakowie w zakresie zgodnym z przepisami Ustawy z dnia 15 lutego 1992 r. o podatku dochodowym od osób prawnych, w zakresie opodatkowania dochodu zadeklarowanego w okresie od 28 lipca 2016 do 31 grudnia 2017 r. oraz w 2018 r. Szacowany czas kontroli to 3 miesiące.

12. Zysk przypadający na jedną akcję

W tej nocie kwoty zostały wyrażone w PLN, a nie w tysiącach PLN.

Grupa wyemitowała zarówno akcje zwykłe jak i uprzywilejowane. Akcje zwykłe subskrybenta dawały prawo do zwrotu na poziomie 11% wartości nominalnej akcji zwykłych subskrybenta wyemitowanych przez Spółkę, która to kwota miała zostać wypłacona jednorazowo. Wypłaty z tytułu akcji zwykłych serii A1, A2, B i C mogły zostać zrealizowane wyłącznie po pełnym rozliczeniu akcji uprzywilejowanych oraz kumulatywnej dywidendy z tytułu akcji uprzywilejowanych. Akcje serii B i C zostały przyznane Kluczowej Kadrze Kierowniczej Grupy (Radzie Dyrektorów i kluczowym członkom wyższego kierownictwa) oraz innym wybranym menedżerom przy ustalonym okresie nabycia praw. Posiadacze akcji uprzywilejowanych serii D1, D2, D3 i D4 byli uprawnieni do rocznej dywidendy kumulatywnej równej 12,0% kwoty akcji uprzywilejowanych, tj. odpowiednio wartości nominalnej i agio emisyjnego dla akcji uprzywilejowanych.

W dniu 29 września 2020 r. nadzwyczajne walne zgromadzenie akcjonariuszy Jednostki Dominującej podjęło uchwałę w sprawie utworzenia jednego nowego rodzaju akcji („Nowe Akcje Zwykłe”) i konwersji wszystkich istniejących akcji na Nowe Akcje Zwykłe.

Posiadacze akcji uprzywilejowanych byli uprawnieni do otrzymania preferencyjnej dywidendy kumulatywnej, w związku z czym zysk netto przypadający na właścicieli Grupy został pomniejszony o kwotę dywidend odsetkowych należnych z tytułu akcji uprzywilejowanych. Obliczona wartość akcji preferencyjnych została w pełni rozliczona w nowych akcjach zwykłych poprzez konwersję akcji, opisaną szczegółowo w nocie 28, zrealizowaną w związku z IPO Grupy. W wyniku tej konwersji akcje uprzywilejowane zostały zastąpione nowymi akcjami zwykłymi, a dywidenda kumulatywna z tytułu akcji uprzywilejowanych przestała być naliczana. Na dzień 31 grudnia 2020 roku Grupa nie posiadała akcji uprzywilejowanych.

Podstawowy zysk na jedną akcję obliczany jest poprzez podzielenie zysku netto, przypadającego na posiadaczy akcji zwykłych Jednostki Dominującej, pomniejszonego o uprzywilejowaną dywidendę kumulatywną, przez średnią ważoną liczbę akcji zwykłych. Akcje zwykłe przed konwersją odpowiadają akcjom serii A1 i A2, oraz nowym akcjom zwykłymi po konwersji. Akcje serii B i C zostały przyznane kluczowej kadrze kierowniczej Grupy oraz innym wybranym Menadżerom z ustalonym okresem nabycia praw i zostały wyłączone z kalkulacji zysku na jedną akcję.

Oceniono potencjalny efekt rozwodniający akcji serii B i C na obliczenia zysku na akcję (EPS). Grupa ustaliła, że nie mają one efektu rozwodniającego.

	31.12.2020	31.12.2019
Zysk netto przypadający na akcjonariuszy Jednostki Dominującej	419 160 122	391 391 852
Dywidenda odsetkowa z tytułu akcji uprzywilejowanych	(754 495 305)	(993 728 453)
Strata dla posiadaczy akcji zwykłych	(335 335 183)	(602 336 601)
Średnia liczba akcji zwykłych	787 946 396	711 253 184
Strata na jedną akcję zwykłą (wskaźnik podstawowy)	(0,43)	(0,85)
Strata na jedną akcję zwykłą (wskaźnik rozwodniony)	(0,43)	(0,85)

Zmiana średniej ważonej liczby akcji w okresie zakończonym 31 grudnia 2019 r. względem średniej ważonej liczby akcji ze skonsolidowanych sprawozdań finansowych za lata zakończone 31 grudnia 2019 r., 31 grudnia 2018 r. i 31 grudnia 2017 r. wynikała z konwersji przeprowadzonej 29 września 2020 r.

Program opisany szczegółowo w nocie 39 może potencjalnie mieć efekt rozwodniający przy kalkulacji zysku na akcję, niemniej efekt rozwodniający nie został rozpoznany w 2020 r.



NOTY DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA Z SYTUACJI FINANSOWEJ

13. Wartości niematerialne i prawne

Wartość firmy

Wartość firmy powstaje w związku z nabyciem przedsięwzięć. Wartość firmy nie podlega amortyzacji, lecz corocznie jest testowana pod kątem możliwej utraty wartości, lub częściej, 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 przedsięwzięć. Utrata wartości występuje, gdy wartość bilansowa danego składnika aktywów lub ośrodka wypracowującego środki pieniężne przewyższa jego wartość odzyskiwalną. Wartość odzyskiwalna stanowi wyższą z wartości godziwej składnika aktywów pomniejszonej o koszty sprzedaży i wartości użytkowej.

Licencje, oprogramowanie i prawa autorskie

Odrębnie nabyte licencje wykazuje się po koszcie historycznym. Licencje nabyte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych ujmuje się w wartości godziwej w dniu nabycia. Licencje mają ograniczony okres ekonomicznej użyteczności – od 2 do 5 lat. Domeny „allegro.pl” oraz „ceneo.pl” nabyte w dniu 18 stycznia 2017 r. amortyzowane są przez ich szacunkowy okres ekonomicznej użyteczności wynoszący 15 lat. Oprogramowanie platformy Allegro i Ceneo

nabyte w dniu 18 stycznia 2017 r. amortyzowane jest przez jego okres ekonomicznej użyteczności wynoszący 10 lat. Oprogramowanie eBilet nabyte w kwietniu 2019 r. oraz oprogramowanie OpenNet nabyte w październiku 2020 r. amortyzowane jest przez 15-letni okres ekonomicznej użyteczności. Powyższe wartości niematerialne i prawne wyceniane są według kosztu historycznego (lub początkowej wartości godziwej) pomniejszonego o amortyzację i umorzenie. Amortyzację nalicza się metodą liniową w celu rozłożenia kosztu licencji na szacowany okres ekonomicznej użyteczności.

Znaki towarowe

Znaki towarowe powstałe w wyniku połączenia jednostek gospodarczych są wyceniane początkowo w wartości godziwej przy zastosowaniu metody hipotetycznych opłat licencyjnych (ang. Royalty Relief Method). Znaki towarowe wyceniane są według kosztu historycznego (lub początkowej wartości godziwej) pomniejszonego o amortyzację i umorzenie. Marki amortyzowane są metodą liniową w okresie ich ekonomicznej użyteczności, tj. 15 lat.

Relacje z klientami

Relacje z klientami powstałe w wyniku połączenia jednostek gospodarczych są wyceniane początkowo w wartości godziwej wg metody wielookresowej nadwyżki dochodów (ang. Multi-Period Excess Earnings, MPPE) a następnie wg kosztu nabycia pomniejszonego o umorzenie. Relacje nabyte w ramach transakcji z 18 stycznia 2017 r. amortyzowane są metodą liniową w okresie ich ekonomicznej użyteczności wynoszącym 20 lat.

Relacje z organizatorami wydarzeń nabyte w ramach transakcji przejęcia eBilet Polska Sp. z o.o. oraz Opennet Sp. z o.o. amortyzowane są metodą liniową w okresie ich ekonomicznej użyteczności wynoszącym 15 lat.

Koszty prac badawczo-rozwojowych

Grupa nie posiada departamentu badań i rozwoju, lecz prowadzi jednak prace o charakterze badawczo-rozwojowym. Grupa rozwija swoją platformę i realizuje nowe projekty, których celem jest zaspokajanie potrzeb swoich Kupujących i Sprzedających. Nakłady rozwojowe, które spełniają kryteria kapitalizacji, ujmowane są jako wartości niematerialne i prawne. Nakłady rozwojowe, które nie spełniają kryteriów kapitalizacji, ujmowane są jako składnik kosztów pracowniczych. W prezentowanych okresach 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 projektu.

Prace badawczo-rozwojowe są praktycznym zastosowaniem odkryć badawczych lub też innych osiągnięć w planowaniu lub projektowaniu produkcji nowych lub znacznie udoskonalonych materiałów, urządzeń, produktów, procesów technologicznych, systemów lub usług. Koszty prac badawczo-rozwojowych w Grupie to koszty działu technologii związane z wytwarzaniem nowych lub znaczących ulepszeń istniejących funkcjonalności, poniesione przed podjęciem produkcji lub zastosowaniem seryjnym danej technologii.

Wartość prac badawczo-rozwojowych wyceniana jest w koszcie wytworzenia, w oparciu o poniesione nakłady, które obejmują w szczególności koszty wynagrodzeń wraz z powiązаныmi 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. Na koniec 2020 roku oraz na koniec 2019 roku utrata wartości nie występowała.

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. Stratę z tytułu utraty wartości ujmuje się w wysokości nadwyżki wartości bilansowej składnika aktywów nad jego wartością odzyskiwalną. Wartość odzyskiwalna jest wyższą spośród wartości godziwej pomniejszonej o koszty doprowadzenia do sprzedaży składnika aktywów i jego wartości użytkowej. Dla potrzeb analizy pod kątem utraty wartości, aktywa grupuje się na najniższym poziomie, dla którego występują możliwe do zidentyfikowania odrębne przepływy pieniężne (ośrodki wypracowujące środki pieniężne).

Aktywa niefinansowe inne niż wartość firmy, w przypadkach w których nastąpiła utrata wartości, podlegają weryfikacji w celu ustalenia, czy wystąpiły przesłanki do rozwiązania odpisu z tytułu utraty wartości na każdy dzień kończący okres sprawozdawczy.

	Wartość firmy	Relacje z klientami	Znaki towarowe i inne prawa	Oprogramowanie i licencje	Prace rozwojowe w zakresie oprogramowania	Oprogramowanie w fazie rozwoju	Inne	Razem
Stan na 31.12.2020								
Wartość brutto	8 639 249	2 912 512	1 513 562	1 041 990	255 482	108 985	34 190	14 505 970
Umorzenie i utrata wartości	—	(568 067)	(388 096)	(411 181)	(69 638)	—	(22 714)	(1 459 696)
Wartość netto	8 639 249	2 344 445	1 125 466	630 809	185 843	108 985	11 476	(13 046 273)
Rok zakończony 31.12.2020								
Wartość początkowa netto	8 631 342	2 488 330	1 226 702	723 169	99 244	83 175	6 502	13 258 465
Zwiększenia	—	—	—	15 056	—	149 299	12 074	176 429
Zwiększenia wynikające z połączenia jednostek gospodarczych	7 907	2 015	157	1 517	—	—	—	11 596
Przeniesienie z prac rozwojowych	—	—	—	607	124 209	(123 489)	(1 327)	—
Amortyzacja	—	(145 900)	(101 393)	(109 540)	(37 610)	—	(5 774)	(400 217)
Wartość netto	8 639 249	2 344 445	1 125 466	630 809	185 843	108 985	11 476	13 046 273
Stan na 01.01.2019								
Wartość brutto	8 582 405	2 888 000	1 503 079	992 606	79 862	40 214	17 508	14 103 674
Umorzenie i utrata wartości	—	(276 767)	(185 540)	(194 761)	(6 748)	—	(12 736)	(676 552)
Wartość netto	8 582 405	2 611 233	1 317 539	797 845	73 114	40 214	4 772	13 427 122
Rok zakończony 31.12.2019								
Wartość początkowa netto	8 582 405	2 611 233	1 317 539	797 845	73 114	40 214	4 772	13 427 122
Zwiększenia	—	—	—	8 987	—	94 372	6 424	109 783
Zwiększenia wynikające z połączenia jednostek gospodarczych	48 937	22 497	10 326	23 374	—	—	—	105 134
Zbycie	—	—	—	(360)	—	—	(286)	(646)
Przeniesienie z prac rozwojowych	—	—	—	203	51 411	(51 411)	(203)	—
Amortyzacja	—	(145 400)	(101 163)	(107 240)	(25 281)	—	(4 491)	(383 576)
Amortyzacja – zmniejszenie	—	—	—	360	—	—	286	646
Wartość końcowa netto	8 631 342	2 488 330	1 226 702	723 169	99 244	83 175	6 502	13 258 464
Rok zakończony 31.12.2019								
Wartość brutto	8 631 342	2 910 497	1 513 405	1 024 810	131 273	83 175	23 443	14 317 945
Umorzenie i utrata wartości	—	(422 167)	(286 703)	(301 641)	(32 029)	—	(16 941)	(1 059 481)
Wartość netto	8 631 342	2 488 330	1 226 702	723 169	99 244	83 175	6 502	13 258 464

W prezentowanych okresach Grupa nie kapitalizowała żadnych kosztów odsetkowych ani różnic kursowych.

14. Rzeczowe aktywa trwałe

Rzeczowe aktywa trwałe wykazywane są według kosztu historycznego pomniejszonego o umorzenie i odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości. Koszt historyczny uwzględnia wydatki bezpośrednio związane z nabyciem danych aktywów. Amortyzację rzeczowych aktywów trwałych nalicza się metodą liniową w celu rozłożenia ich wartości początkowej, pomniejszonej o oczekiwaną wartość końcową, na okresy ich ekonomicznej użyteczności, które dla poszczególnych grup rzeczowych aktywów trwałych wynoszą:

- Budynki i budowle 10 lat
- Systemy i sprzęt sieciowy 4–10 lat
- Środki transportu 5–7 lat
- Pozostałe 5 lat

Na koniec każdego okresu sprawozdawczego dokonuje się weryfikacji wartości końcowej i okresów ekonomicznej użyteczności rzeczowych aktywów trwałych i w razie potrzeby dokonuje się ich korekty. Zyski lub straty wynikające ze zbycia rzeczowych aktywów trwałych określa się porównując wpływ z wartościami księgowymi i ujmuje się w pozostałych dochodach lub kosztach operacyjnych. W bieżącym roku nie wystąpiły istotne zmiany.

Prawa do użytkowania aktywów amortyzowane są przez okres umowy leasingu. Prawa do użytkowania aktywów zaprezentowane są odrębnie w notce 22.

Stan na 31.12.2020	Budynki i budowle	Komputery i wyposażenie biura	Inne środki trwałe	Środki trwałe w budowie	Razem
Wartość brutto	167 717	172 569	788	5 414	346 488
Umorzenie	(101 486)	(93 675)	(507)	—	(195 668)
Wartość netto	66 231	78 894	281	5 414	150 820
Rok zakończony 31.12.2020					
Wartość początkowa netto	85 253	61 719	349	388	147 709
Zwiększenia	9 101	52 690	115	5 101	67 007
Zbycie – wartość księgowa brutto	(137)	(7 162)	—	—	(7 299)
Przyjęcia ze środków trwałych w budowie	—	75	—	(75)	—
Odpis aktualizujący	82	20	—	—	102
Amortyzacja	(27 927)	(35 464)	(183)	—	(63 574)
Amortyzacja zbytych aktywów	41	6 834	—	—	6 875
Reklasyfikacja – wartość brutto	(370)	370	—	—	—
Reklasyfikacja – amortyzacja	188	(188)	—	—	—
Wartość netto	66 231	78 894	281	5 414	150 820

Stan na 01.01.2019	Budynki i budowle	Komputery i wyposażenie biura	Inne środki trwałe	Środki trwałe w budowie	Razem
Wartość brutto	157 798	96 199	596	331	254 924
Umorzenie	(51 382)	(39 274)	(181)	—	(90 837)
Wartość netto	106 416	56 925	415	331	164 087
Rok zakończony 31.12.2019					
Wartość początkowa netto	106 416	56 925	415	331	164 087
Zwiększenia	12 667	33 787	77	388	46 919
Zwiększenia wynikające z połączenia jednostek gospodarczych	372	299	—	—	671
Przyjęcia ze środków trwałych w budowie	—	331	—	(331)	—
Zbycie – wartość księgowa brutto	(3 978)	(3 669)	—	—	(7 647)
Zmiana umowy leasingowej	(8 188)	—	—	—	(8 188)
Amortyzacja	(26 014)	(29 571)	(143)	—	(55 728)
Amortyzacja zbytych aktywów	3 978	3 617	—	—	7 595
Wartość netto	85 253	61 719	349	388	147 709
Stan na 31.12.2019					
Wartość brutto	158 671	126 947	673	388	286 679
Umorzenie	(73 418)	(65 228)	(324)	—	(138 970)
Wartość netto	85 253	61 719	349	388	147 709

15. Pożyczki udzielone

Na dzień bilansowy pożyczki udzielone obejmowały:

	31.12.2020	31.12.2019
Pożyczki udzielone – kapitał	—	8 266
Pożyczki udzielone – odsetki	—	94
Pozostałe pożyczki udzielone	—	964
Razem pożyczki udzielone	—	9 324

Udzielone pożyczki wyceniane są według zamortyzowanego kosztu.

Pożyczki udzielone Kluczowej Kadrze Kierowniczej i innym wybranym menedżerom wyniosły:

	Kapitał		Oprocentowanie	Odsetki	
	31.12.2020	31.12.2019		31.12.2020	31.12.2019
08.09.2017	—	15	4,00%	—	—
29.09.2017	—	6 750	4,00%	—	63
21.03.2018	—	1 421	4,00%	—	31
08.11.2019	—	80	4,00%	—	—
RAZEM	—	8 266		—	94

Więcej informacji na temat pożyczek udzielonych Kluczowej Kadrze Kierowniczej i innym wybranym menedżerom przedstawiono w nocie 39.

Na dzień 31 grudnia 2020 r. wszystkie udzielone pożyczki zostały spłacone.

16. Zapasy

Wartość zapasów Grupy była następująca:

	31.12.2020	31.12.2019
Towary	31 146	24 860
Odpis aktualizujący wartość towarów	(6 527)	(4 809)
Razem	24 619	20 051

16.1. Przypisanie kosztów do zapasów

Towary i materiały są wyceniane według wartości niższej z kosztu wytworzenia i możliwej do uzyskania ceny sprzedaży netto. 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.

16.2. Kwoty ujęte w rachunku zysków i strat

Odpisy zapasów do wartości ceny sprzedaży netto możliwej do uzyskania wyniosły 6 527 PLN (4 809 PLN w poprzednim okresie). Odpisy ujmują się w kosztach sprzedanych towarów w sprawozdaniu z całkowitych dochodów.

17. Należności handlowe oraz pozostałe należności

Wartość należności handlowych oraz pozostałych należności Grupy była następująca:

	31.12.2020	31.12.2019
Należności handlowe, brutto	658 197	424 460
Utrata wartości należności handlowych	(60 114)	(40 486)
Należności handlowe, netto	598 083	383 974
Pozostałe należności	42 249	12 827
Należności z tytułu VAT	6 077	—
Razem	646 409	396 801

Na należności Grupy składają się należności od osób fizycznych oraz przedsiębiorstw, przy czym należności te charakteryzują się niską koncentracją. Grupa nie posiada istotnych należności handlowych w walutach obcych.

17.1. 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, a zatem wszystkie są klasyfikowane jako aktywa obrotowe. Należności handlowe ujmuje się początkowo w kwocie wymagającej 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 31.2. Ryzyko kredytowe.

17.2. 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.

17.3. 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.

17.4. Utrata wartości i ekspozycja na ryzyko

Informacje na temat utraty wartości oraz ekspozycji na ryzyko kredytowe i ryzyko stopy procentowej przedstawione są w nocie 31. 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 rozpoznany jako część odpisu na nieściągalne należności w sprawozdaniu z całkowitych dochodów. W porównaniu z rokiem poprzednim, rezerwa na utratę wartości wzrosła o 19 627 PLN w roku zakończonym 31 grudnia 2020 r. oraz o 40 486 PLN w roku zakończonym 31 grudnia 2019.

18. Przedpłaty

Wartość przedpłat Grupy była następująca:

	31.12.2020	31.12.2019
Przedpłaty	36 496	26 911
Razem	36 496	26 911

Przedpłaty realizowane są w momencie poniesienia przez podmiot kosztów przed okresem, którego te koszty dotyczą. Przedpłaty wyceniane są w kwocie przypadającej na kolejne okresy sprawozdawcze.

Na koniec roku 2020 oraz 2019 przedpłaty obejmowały głównie:

	31.12.2020	31.12.2019
Licencje	12 460	6 816
Ubezpieczenia	11 539	475
Wsparcie techniczne	5 903	9 210
Dostawy	4 097	4 766
Pozostałe	2 497	5 644
Razem	36 496	26 911

Istotny wzrost wydatków z tytułu ubezpieczeń wynikał z nowego ubezpieczenia publicznej oferty papierów wartościowych („POSI”) oraz przedłużenia polisy ubezpieczenia członków zarządu („D&O”).



19. Pożyczki konsumenckie

W pierwszej połowie 2020 r. Grupa opracowała swoje własne rozwiązania w zakresie finansowania pożyczek konsumenckich dla użytkowników dokonujących zakupów na platformie e-commerce Grupy. Eksperti FinTech, zespoły programistów oraz oprogramowanie pozyskane przy nabyciu FinAi (obecnie Allegro Pay) w lutym 2020 r., w połączeniu z zasobami technologicznymi istniejącymi w Grupie, pozwoliły na opracowanie zintegrowanych rozwiązań, które zapewnią lepszą obsługę użytkowników. Korzystając z marki Allegro Pay, nowe własne rozwiązanie finansowe weszło w fazę testów w trzecim kwartale 2020 roku, które kontynuowane były w czwartym kwartale 2020.

Działalność w zakresie pożyczek konsumenckich podlega w Polsce określonym wymogom ustawowym. Spółki pożyczkowe, nie będące bankami lub instytucjami finansowymi, nie mają obowiązku uzyskania zgody na udzielanie pożyczek konsumenckich.

Niemniej warunkiem koniecznym dla podmiotów pożyczkowych i pośredników kredytowych jest uzyskanie wpisu do rejestru instytucji pożyczkowych lub rejestru pośredników kredytowych prowadzonych przez Komisję Nadzoru Finansowego („KNF”).

Pożyczki konsumenckie to pożyczki udzielane polskiemu kupującemu na platformie Allegro.pl. Pożyczki udzielane są na okres 30 dni, bez odsetek, a pożyczki ratalne na okres od 5 do 20 miesięcy, według stopy procentowej 7,20%. Dodatkowo abonenci Smart! mogą zaciągnąć 3-miesięczną pożyczkę ratalną z zerowym oprocentowaniem.

Wszystkie pożyczki udzielane są na terytorium Polski w polskich złotych (PLN).

Wartość pożyczek konsumenckich udzielonych na dzień 31 grudnia 2020 r., wg terminu zapadalności, kształtowała się następująco:

	31.12.2020	31.12.2019
Pożyczki konsumenckie – długoterminowe	4 728	—
Pożyczki konsumenckie – krótkoterminowe	47 244	—
Razem	51 972	—

Na dzień 31 grudnia 2020 r. wartość pożyczek konsumenckich w ujęciu terminowym kształtowała się następująco:

	31.12.2020	31.12.2019
30-dniowe	8 956	—
3-miesięczne	17 278	—
5-miesięczne	4 326	—
10-miesięczne	9 535	—
20-miesięczne	11 877	—
Razem	51 972	—

19.1. Wartość bilansowa brutto i odpis aktualizujący

Wartość bilansowa brutto stanowi zamortyzowany koszt pożyczek konsumenckich, przed korektą o wszelkie odpisy na oczekiwane straty kredytowe. Rezerwa na odpis aktualizujący dotyczy oczekiwanych strat kredytowych, o których mowa w MSSF 9.

Pożyczki grupowane są według 3 stopniowej skali zgodnie z ich poziomem ryzyka, gdzie stopień 3 oznacza najwyższe ryzyko. Opis poszczególnych stopni przedstawiony jest w nocie 27.

Tabela poniżej prezentuje wartość bilansową brutto (równą maksymalnej ekspozycji na ryzyko kredytowe) oraz oczekiwane straty kredytowe w każdym stopniu na dzień 31 grudnia 2020 r.

Stan na 01.01.2020	Stopień 1	Stopień 2	Stopień 3	RAZEM
Pożyczki konsumenckie, brutto	—	—	—	—
Oczekiwane straty kredytowe	—	—	—	—
Pożyczki konsumenckie na dzień 01.01.2020	—	—	—	—
Stan na 31.12.2020				
Bilans otwarcia	—	—	—	—
Nowo udzielone pożyczki konsumenckie	76 017	—	—	76 017
Przeniesione na stopień 1	2	(2)	—	—
Przeniesione na stopień 2	(33)	33	—	—
Przeniesione na stopień 3	—	(1)	1	—
Pożyczki konsumenckie wyksięgowane (spłacone)	(22 913)	(2)	—	(22 915)
Pożyczki konsumenckie, brutto	53 073	28	1	53 102
Bilans otwarcia	—	—	—	—
Nowo udzielone pożyczki konsumenckie	(1 520)	—	—	(1 520)
Zmiany wynikające ze zmian ryzyka kredytowego	394	(3)	(1)	390
Oczekiwane straty kredytowe	(1 126)	(3)	(1)	(1 130)
Pożyczki konsumenckie na dzień 31.12.2020	51 947	25	—	51 972
Stan na 31.12.2020				
Pożyczki konsumenckie, brutto	53 073	28	1	53 102
Oczekiwane straty kredytowe	(1 126)	(3)	(1)	(1 130)
Pożyczki konsumenckie na dzień 31.12.2020	51 947	25	—	51 972

19.2. Klasyfikacja pożyczek konsumenckich

W momencie początkowego ujęcia, pożyczki są wyceniane w wartości godziwej.

Grupa klasyfikuje aktywa finansowe do jednej z poniższych kategorii:

- **wyceniane w zamortyzowanym koszcie w modelu „utrzymywanie dla przepływów pieniężnych”**, w którym aktywa finansowe udzielone 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 pozostałe 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”.

Pożyczki konsumenckie ujmowane są w zamortyzowanym koszcie, po odjęciu odpisów aktualizujących, i wyliczone zgodnie z zasadami rachunkowości Grupy. Odpisy kalkulowane są na podstawie szeregu czynników, w tym w szczególności na bazie doświadczeń historycznych oraz aktualnej struktury zapadalności pożyczek.

Grupa regularnie i szczegółowo monitoruje jakość kredytową wszystkich pożyczek konsumenckich. Grupa wdrożyła opracowany wewnętrznie model ryzyka pomagający przewidzieć zdolność kupującego do spłaty zobowiązania.

19.3. Utrata wartości i ekspozycja na ryzyko

Na dzień bilansowy pożyczki konsumenckie pozostające do spłaty pomniejszane są o odpisy na utratę wartości. Zasady uwzględniania utraty wartości opisane są w nocie 31. Odpis z tytułu oczekiwanych strat kredytowych został ujęty w ramach pozycji Odpisów aktualizujących z tytułu utraty wartości w sprawozdaniu z całkowitych dochodów.

Wszystkie pożyczki denominowane są w złotych przez co nie występuje ryzyko walutowe. Nie występuje także ryzyko cenowe, ponieważ oczekuje się, że pożyczki będą utrzymywane do terminu wymagalności.

Więcej informacji o utracie wartości i ekspozycji na ryzyko kredytowe i ryzyko stopy procentowej przedstawiono w nocie 31.

20. Środki pieniężne i ich ekwiwalenty

Na dzień bilansowy środki pieniężne i ich ekwiwalenty obejmowały:

	31.12.2020	31.12.2019
Środki pieniężne w banku	643 238	315 655
Depozyty bankowe	502 535	64 004
Inne środki pieniężne	39 287	24 209
Środki pieniężne w kasie	—	9
Razem	1 185 060	403 877

20.1. Klasyfikacja depozytów bankowych

Depozyty bankowe to depozyty oprocentowane według stałej, negocjowanej stopy procentowej, z terminem zapadalności nieprzekraczającym trzech miesięcy od daty złożenia depozytu i podlegają wypłacie w ciągu 24 godzin od wezwania. Grupa posiada depozyty bankowe wyłącznie w instytucjach finansowych o ratingu BBB i wyższym.

20.2. Klasyfikacja ekwiwalentów środków pieniężnych

Ekwiwalenty środków pieniężnych obejmują nierozliczone płatności dokonane przez klientów Grupy za pomocą kanałów płatności elektronicznej.

20.3. Klasyfikacja środków pieniężnych w banku

Środki pieniężne w banku obejmują środki pieniężne zdeponowane w banku i dostępne na żądanie.

20.4. Środki pieniężne o ograniczonej możliwości dysponowania

Na dzień 31 grudnia 2020 i 2019 r. Grupa nie posiadała środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania.

21. Kredyty i pożyczki

Na dzień bilansowy kredyty i pożyczki obejmowały:

	31.12.2020	31.12.2019
Kredyty i pożyczki	5 437 223	6 001 174
Kredyty i pożyczki – część długoterminowa	5 437 223	6 001 174
Kredyty i pożyczki	—	335 741
Pozostałe	577	—
Kredyty i pożyczki – część krótkoterminowa	577	335 741
Kredyty i pożyczki – razem	5 437 800	6 336 915

W dniu 20 grudnia 2016 r. Grupa zawarła umowę kredytową „Senior Term and Revolving Facilities Agreement” w wysokości 3 500 000 PLN, zaciągnięte przez Adinan Seniorco S.à r.l., oraz „Second Lien Facility Agreement” w kwocie 1 300 000 PLN, zaciągnięte przez Adinan Bondco S.à r.l. Kredyt „Senior Term Loan” obejmował „Amortizing Term Loan” („TLA”) w kwocie 450 000 PLN oraz „Senior Bullet Term Loan” („TLB”) w wysokości 1 550 000 PLN. W ramach umowy „Senior Term and Revolving Facilities Agreement” Grupa otrzymała także kredyt rewolwingowy w wysokości 340 000 PLN, który pozostał niewykorzystany.

W dniu 22 maja 2019 r. Grupa zwiększyła zadłużenie z tytułu umowy „Senior Term and Revolving Facilities Agreement” o kwotę 2 000 000 PLN. Kwota nominalna kredytu TLA została zwiększona o 450 000 PLN do 1 363 500 PLN, natomiast w przypadku TLB (wraz z TLA zwanymi „Senior Term Loans”) została zwiększona o 1 550 000 PLN do 3 990 000 PLN.

Kredyty były oprocentowane wg stawki 3M WIBOR plus marża 3,25% i 3,75% dla poszczególnych transz kredytu „Senior Term Facility” oraz 7,00% w przypadku kredytu „Second Lien Agreement”. Dodatkowo zaciągnięte środki w kwocie 1 959 516 PLN zostały pomniejszone o 40 484 PLN kosztów przygotowania, w tym opłatę za udzieloną zgodę na refinansowanie i zostały dodane do kwoty zamortyzowanego kosztu zobowiązania kredytowego. Na dzień 31 grudnia 2019 r., powiększona kwota kredytów „Senior Term Loans” wyniosła 5 353 500 PLN i, wraz z kredytem „Senior Revolving Credit Facility” w wysokości 340 000 PLN oraz kredytem „Subordinated Second Lien Bullet Term Loan” w kwocie 1 300 000 PLN wynosiła 6 993 500 PLN (w kwotach nominalnych) oraz 6 336 915 według zamortyzowanego kosztu.

Grupa spłaciła dwie transze TLB w marcu i wrześniu 2020 r. w wysokości 172 483 PLN każda.

Transakcja refinansowania

W dniu 28 września Rada Dyrektorów podjęła decyzję o refinansowaniu obecnych kredytów Grupy. W dniu 29 września 2020 r. Grupa zawarła nową umowę kredytową („New Facilities Agreement”) na finansowanie w kwocie 5 500 000 PLN, kredyt niepodporządkowany („New Senior Facility”) oraz wielowalutowy kredyt rewolwingowy („New RCF”) w wysokości 500 000 PLN, który łącznie z nowym kredytem niepodporządkowanym („New Senior Facility”) zwany będzie „New Facilities Agreement”.

W dniu 14 października 2020 r. Grupa zakończyła transakcję refinansowania zrealizowaną poprzez uruchomienie pełnej kwoty środków z tytułu nowej umowy kredytowej, otrzymując kwotę netto 5 440 000 PLN, po odjęciu opłat przygotowawczych oraz kosztów w wysokości 60 000 PLN. Środki Allegro.eu pozyskane z pierwszej oferty publicznej akcji Spółki, oraz pozostałe dostępne środki, Grupa wykorzystwała na całkowitą spłatę obecných kredytów w wysokości 6 151 732 PLN.

Transakcja została ujęta jako wyksięgowanie istniejących kredytów i pożyczek. Nowe zadłużenie zostało ujęte w wartości godziwej. Bezpośrednio przed wyksięgowaniem poprzedniego zadłużenia, wartość księgowa istniejących kredytów według kosztu zamortyzowanego wzrosła o 143 378 PLN a równowartość odroczonego kosztu kredytowania została ujęta jako niepieniężny koszt finansowy. Łączna strata z tytułu refinansowania wyniosła 143 378 PLN.

Spłata kredytu Second Lien spowodowała naliczenie dodatkowej opłaty za przedterminową spłatę w wysokości 26 000 PLN.

Ostateczny termin spłaty nowej umowy kredytowej i nowego kredytu rewolwingowego przypada na październik 2025 r. Nie przewiduje się spłat nowego kredytu niepodporządkowanego przed ostatecznym terminem spłaty przypadającym 14 października 2025 r. W wyniku transakcji refinansowania saldo niespłaconych kredytów bankowych zostało zredukowane o 651 732 PLN z 6 151 732 PLN do 5 500 000 PLN (w kwotach nominalnych).

Nowa umowa kredytowa początkowo przewiduje naliczanie odsetek w okresach rocznych według stopy WIBOR lub EURIBOR lub LIBOR, w zależności od wyboru kredytobiorcy dla nowego kredytu rewolwingowego (w każdym przypadku nie niższej od zera) oraz początkowej marży 2,25% rocznie dla nowego kredytu niepodporządkowanego oraz 1,80% rocznie dla nowego kredytu rewolwingowego.

Kredyt jest wyceniany według zamortyzowanego kosztu przy zastosowaniu efektywnej stopy procentowej. Wartość kosztów pozyskania finansowania jest uwzględniona w kalkulacji efektywnej stopy procentowej. Na dzień 31 grudnia 2020 r. średnia efektywna stopa procentowa wynosi 2,47% a na dzień 31 grudnia 2019 r. była ona na poziomie 6,36%.

Termin spłaty Nowych Kredytów przypada na rok 2025, a harmonogram spłat przedstawia się następująco:

Poniżej 3 miesięcy	Od 3 do 12 miesięcy	Od 1 do 5 lat	Powyżej 5 lat	Razem
577	—	—	5,437,223	5,437,800

Na dzień bilansowy zawarte były trzy kontrakty swap. Celem zabezpieczenia stopy procentowej w Grupie jest ograniczenie części przepływów odsetkowych narażonych na zmiany stóp procentowych (patrz nota 31.1).

Po refinansowaniu Grupa zmieniła dni rozliczeniowe dla nowego kredytu rewolwingowego i obecnie nie przypadają już one na koniec każdego kwartału.

Dla większości kredytów i pożyczek, wartość godziwa nie różni się istotnie od wartości księgowych, ze względu na fakt, iż oprocentowanie tych kredytów i pożyczek jest zbliżone do stawek rynkowych.

21.1 Zasady rachunkowości

Kredyty i pożyczki wykazywane są początkowo w wartości godziwej pomniejszonej o koszty transakcyjne. Po początkowym ujęciu kredyty i pożyczki wykazuje się według zamortyzowanego kosztu, z zastosowaniem metody efektywnej stopy procentowej. Wszelkie różnice między otrzymaną kwotą (pomniejszoną o koszty transakcji) a wartością wykupu ujmują się w rachunku zysków i strat w okresie obowiązywania odpowiednich umów, z zastosowaniem metody efektywnej stopy procentowej. Kredyty i pożyczki wymagalne w terminie do jednego roku klasyfikowane są jako krótkoterminowe. W przeciwnym razie są one prezentowane jako pozycje długoterminowe.

21.2 Zobowiązania zabezpieczone i aktywa zastawione na zabezpieczenie

Zobowiązania leasingowe są skutecznie zabezpieczone, ponieważ prawa do przedmiotu leasingu ujęte w Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym wracają do leasingodawcy w przypadku niewykonania zobowiązania. Kredyty zabezpieczone są zastawem, który nakłada pewne zobowiązania na Grupę. Zastaw stanowi, że Grupa nie ustanowi żadnych innych zabezpieczeń na swoich aktywach i będzie osiągała wskaźniki finansowe opisane w umowach finansowych. Więcej informacji w nocie 34.

21.3 Przestrzeganie kowenantów kredytowych

W umowie „Senior Term and Revolving Facilities Agreement” Grupa zobowiązana została do utrzymywania ustalonych poziomów wskaźników finansowych określonych jako Consolidated Senior Net Debt oraz Consolidated Senior Secured Net Debt na poziomach nie wyższych niż wskazanych w umowach.

W ramach refinansowania Adinan Midco, podmiot należący do Grupy, podpisał nową umowę New Senior Facilities Agreement w dniu 29 września 2020 r. W nowej umowie 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. Jako że pierwsza data badania tego kowenantu przypada 30 czerwca 2021 r., Grupa nie była zobowiązana badać kowenantów na dzień 31 grudnia 2020 r.

Grupa Allegro.eu przestrzegała kowenantów finansowych dotyczących swoich kredytów w okresach sprawozdawczych 2020 i 2019, a także w okresie od dnia bilansowego do dnia zatwierdzenia niniejszego skonsolidowanego sprawozdania finansowego. Szczegóły w nocie 32.

21.4 Ekspozycja na ryzyko

Szczegóły dotyczące ekspozycji Grupy na ryzyko wynikające z pożyczek krótko – oraz długoterminowych przedstawiono w nocie 31.

22. Leasing

22.1. Kwoty ujęte w sprawozdaniu z całkowitych dochodów

Okres ekonomicznej użyteczności prawa do użytkowania aktywów wynosi:

- Leasing budynków 1–9 lat
- Leasing komputerów i wyposażenia biura 3–4 lata
- Leasing środków transportu 1–3 lat

	31.12.2020	31.12.2019
Amortyzacja	(25 493)	(25 284)
Koszty odsetkowe	(3 028)	(3 835)
Koszty leasingu krótkoterminowego	(152)	(332)
Razem	(28 673)	(29 451)

22.2. Kwoty ujęte w sprawozdaniu z sytuacji finansowej

Zmiany w aktywach z prawem do użytkowania w ciągu roku obrotowego:

Stan na 31.12.2020	Leasing budynków	Leasing komputerów i wyposażenia biura	Leasing środków transportu	Razem
Wartość brutto	161 883	1 501	304	163 689
Umorzenie	(99 673)	(1 461)	(172)	(101 306)
Wartość netto	62 210	40	132	62 383

Stan na 31.12.2020				
Wartość początkowa netto	77 903	248	116	78 267
Zwiększenia – nowy leasing	8 452	99	115	8 666
Zmiana umowy leasingowej	942	—	—	942
Amortyzacja	(25 087)	(307)	(99)	(25 493)
Wartość netto	62 210	40	132	62 383

Stan na 31.12.2019				
Wartość brutto	152 489	1 402	189	154 080
Umorzenie	(74 586)	(1 154)	(73)	(75 813)
Wartość netto	77 903	248	116	78 267

Stan na 31.12.2019				
Wartość początkowa netto	98 413	(287)	97	98 223
Zwiększenia – nowy leasing	12 640	799	77	13 516
Zmiana umowy leasingowej	(8 188)	—	—	(8 188)
Amortyzacja	(24 962)	(264)	(58)	(25 284)
Wartość netto	77 903	248	116	78 267

Prawa do użytkowania aktywów prezentowane są w sprawozdaniu z sytuacji finansowej w pozycji rzeczowych aktywów trwałych.

Zmiany zobowiązań leasingowych w ciągu roku obrotowego:

Stan na 31.12.2020		Stan na 31.12.2019	
Wartość początkowa leasingu	85 538	Wartość początkowa leasingu	106 863
Zmiana	942	Zmiana	(8 188)
Oplaty leasingowe	(26 101)	Oplaty leasingowe	(24 843)
Zwiększenia – nowy leasing	8 666	Zwiększenia – nowy leasing	13 514
Koszty odsetkowe	3 028	Koszty odsetkowe	3 835
Zapłata odsetek	(3 028)	Zapłata odsetek	(3 835)
Wycena walutowa	4 221	Wycena walutowa	(1 808)
Zobowiązania leasingowe	73 266	Zobowiązania leasingowe	85 538

22.3. Kwoty ujęte w sprawozdaniu z przepływów pieniężnych

Łączny wypływ środków pieniężnych wyniósł 29 129 PLN w 2020 r. oraz 28 680 PLN w 2019 r.

Prawa do użytkowania aktywów 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 zapłata przez leasingobiorcę oczekuje się z tytułu gwarancji wartości rezydualnej,
- cenę wykonania opcji kupna, jeżeli można z wystarczającą pewnością założyć, że leasingobiorca skorzysta z tej opcji.

22.4. Działalność leasingowa Grupy i sposób jej rozliczania

Grupa wynajmuje różne nieruchomości i sprzęt. Umowy zawierane są zazwyczaj na stałe okresy od 1 do 7 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.

Opłaty leasingowe dyskontuje się z zastosowaniem stopy procentowej leasingu, jeżeli stopę tę można z łatwością ustalić, lub z zastosowaniem krańcowej stopy procentowej, po której Grupa pozyskuje środki.

Leasing ujmuje się jako składnik aktywów z prawem do użytkowania wraz z odpowiadającym im zobowiązaniem na dzień, w którym przedmiot leasingu zostaje udostępniony do użytku Grupy. Każda opłata leasingowa jest alokowana pomiędzy zobowiązanie i koszty finansowe. Wartość bilansowa zobowiązania jest ponownie wyceniana w celu odzwierciedlenia wszelkich ponownych oszacowań, modyfikacji leasingu lub w celu uwzględnienia zaktualizowanych stałych opłat leasingowych. Okres leasingu to nieodwołalny czas trwania transakcji leasingowej; 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 rachunek zysków i strat przez okres leasingu, tak aby dla każdego okresu uzyskać stałą okresową stopę procentową od niespłaconego salda zobowiązania dla każdego okresu.

Aktywo z prawem do użytkowania wycenia się według kosztu obejmującego:

- kwotę początkowej wyceny zobowiązania z tytułu leasingu,
- wszystkie opłaty leasingowe zapłacone w dacie rozpoczęcia lub przed tą datą, pomniejszone o wszelkie otrzymane bonusy leasingowe,
- wszystkie początkowe koszty bezpośrednie, oraz
- koszty odtworzenia.

Płatności związane z leasingiem krótkoterminowym i leasingiem aktywów o niskiej wartości ujmowane są metodą liniową jako koszt w rachunku zysków i strat. Leasing krótkoterminowy to leasing, którego umowa dotyczy okresu nie dłuższego niż 12 miesięcy. Aktywa o niskiej wartości obejmują sprzęt IT i małe elementy wyposażenia biura.

Umowy mogą zawierać zarówno składniki leasingowe jak i nie leasingowe. Grupa alokuje wynagrodzenie z tytułu umowy do składników leasingowych i nie leasingowych w oparciu o ich względne ceny jednostkowe. Jednak w przypadku leasingu nieruchomości, w którym Grupa jest leasingobiorcą, Grupa postanowiła nie rozdzielać składników leasingowych i nie leasingowych i zamiast tego księguje je jako jeden składnik leasingu.

22.5. 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 prawem 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.

23. Podatek odroczony

Podatek odroczony ujmowany jest w odniesieniu do różnic przejściowych pomiędzy wartością podatkową aktywów i zobowiązań a ich wartością księgową w Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym. Jeżeli jednak zobowiązanie z tytułu odroczonego podatku dochodowego powstało z tytułu początkowego ujęcia wartości firmy oraz jeśli powstało w wyniku początkowego ujęcia składnika aktywów lub zobowiązania w ramach transakcji innej niż połączenie przedsięwzięć, które to początkowe ujęcie nie wpływa w momencie przeprowadzenia transakcji ani na księgowy ani na podatkowy zysk lub stratę, nie wykazuje się go. 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 zobowiązania z tego tytułu.

Aktywa z tytułu podatku odroczonego ujmowane są również w odniesieniu do niewykorzystanych strat podatkowych i są rozpoznawane tylko wtedy, gdy prawdopodobne jest, że w przyszłości powstanie dochód do opodatkowania, który pozwoli na wykorzystanie różnic przejściowych lub ulg podatkowych z tego samego rodzaju podatku.

Aktywa i zobowiązania z tytułu odroczonego podatku dochodowego są prezentowane netto, jeżeli Spółka posiada możliwość do wyegzekwowania tytułu prawnego do skompensowania należności i zobowiązań z tytułu podatku dochodowego oraz jeżeli aktywa i zobowiązania z tytułu odroczonego podatku dochodowego dotyczą podatków dochodowych nakładanych przez ten sam organ podatkowy na ten sam podmiot podatkowy.

23.1. Aktywa z tytułu podatku odroczonego

Aktywa z tytułu podatku odroczonego na dzień bilansowy składały się z przejściowych różnic, które można przypisać do:

	31.12.2020	31.12.2019
Rozliczenia międzyokresowe kosztów	54 959	28 445
Zobowiązania wobec pracowników	32 469	14 818
Zabezpieczenia przepływów pieniężnych	—	9 708
Utrata wartości należności handlowych	9 285	6 500
Pozostałe	13 220	9 242
Razem aktywa z tytułu podatku odroczonego	109 933	68 713
Pomniejszenie aktywów z tytułu podatku odroczonego zgodnie z zasadami	(109 652)	(59 001)
Aktywa netto z tytułu podatku odroczonego	281	9 712

	Rozliczenia międzyokresowe kosztów	Zobowiązania wobec pracowników	Pozostałe	Kompensata	Razem
Stan na 01.01.2020	28 445	14 817	25 451	(59 001)	9 712
(Zwiększenie)/zmniejszenie do zysku lub straty	26 514	17 651	4 207	(50 651)	(2 279)
(Zwiększenie)/zmniejszenie do pozostałych całkowitych dochodów	—	—	(7 152)	—	(7 152)
Stan na 31.12.2020	54 959	32 468	22 506	(109 652)	281
Stan na 01.01.2019	17 746	6 598	31 167	(45 002)	10 509
Rozpoznane z tytułu połączenia jednostek gospodarczych	476	—	51	—	527
(Zwiększenie)/zmniejszenie do zysku lub straty	10 223	8 219	(4 966)	(13 999)	(523)
(Zwiększenie)/zmniejszenie do pozostałych całkowitych dochodów	—	—	(801)	—	(801)
Stan na 31.12.2019	28 445	14 817	25 451	(59 001)	9 712

W 2020 roku nie rozpoznano aktywa z tytułu podatku odroczonego w odniesieniu do nierozpoznanych strat na kontraktach zabezpieczających przepływy pieniężne, ponieważ uznano, że nie jest prawdo-

podobne, że jednostka zależna, w której występują takie kontrakty, wygeneruje w przyszłości zyski wystarczające do odzyskania tych strat.

23.2. Zobowiązanie z tytułu odroczonego podatku dochodowego

Zobowiązanie z tytułu odroczonego podatku dochodowego na dzień bilansowy obejmowały różnice przejściowe, które można przypisać do:

	31.12.2020	31.12.2019
Wartości niematerialne i prawne (korekta wartości godziwej z tytułu połączenia jednostek)	665 658	687 760
Pożyczki	6 080	4 767
Rzeczowe aktywa trwałe	5 237	3 736
Pozostałe	11 755	6 246
Razem zobowiązania z tytułu podatku odroczonego	688 730	702 509
Pomniejszenie zobowiązania z tytułu podatku odroczonego zgodnie z zasadami	(109 652)	(59 001)
Zobowiązania netto z tytułu podatku odroczonego	579 078	643 508

	Ujmowanie wartości niematerialnych i prawnych w ramach połączenia jednostek	Inne	Kompensata	Razem
Stan na 01.01.2020	687 760	14 749	(59 001)	643 508
Ujęte z tytułu połączenia jednostek gospodarczych	687	—	—	687
Obciążenie/(uznanie) zysku lub straty	(22 789)	8 323	(50 651)	(65 117)
Stan na 31.12.2020	665 658	23 072	(109 652)	579 078

	Ujmowanie wartości niematerialnych i prawnych w ramach połączenia jednostek	Inne	Kompensata	Razem
Stan na 01.01.2019	709 726	10 348	(45 002)	675 072
Ujęte z tytułu połączenia jednostek gospodarczych	9 786	27	—	9 813
Obciążenie/(uznanie) zysku lub straty	(31 752)	4 374	(13 999)	(41 377)
Stan na 31.12.2019	687 760	14 749	(59 001)	643 508

23.3. 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.

Harmonogram aktywów i rezerw z tytułu podatku odroczonego przedstawia się następująco:

	31.12.2020	31.12.2019
Aktywa z tytułu podatku odroczonego	109 933	68 713
– długoterminowe	13 525	16 079
– krótkoterminowe	96 408	52 634
Kompensata	(109 652)	(59 001)
Razem	281	9 712

	31.12.2020	31.12.2019
Zobowiązania z tytułu podatku odroczonego	688 730	702 509
– długoterminowe	610 240	640 096
– krótkoterminowe	78 490	62 413
Kompensata	(109 652)	(59 001)
Razem	579 078	643 508

24. 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 świadczeń pracowniczych nie wymagają stosowania założeń aktuarialnych do ustalenia wysokości zobowiązań czy kosztów i nie stwarzają możliwości powstania zysku lub straty aktuarialnej. Ponadto zobowiązania z tytułu krótkoterminowych świadczeń pracowniczych ustala się bez dyskonta.

Jeśli pracownik wykonywał pracę na rzecz Grupy w ciągu okresu obrotowego, to Grupa ujmuje szacowaną niedyskontowaną wartość krótkoterminowych świadczeń, które zostaną wypłacone w zamian za tę pracę jako zobowiązanie, po potrąceniu wszelkich kwot już zapłaconych oraz kosztów.

Krótkoterminowe świadczenia pracownicze polegające na dokonaniu 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 wiarygodnej wyceny tego zobowiązania.

W przypadku świadczeń z tytułu płatnych nieobecności, świadczenia pracownicze ujmowane są z tytułu kumulowanych płatnych nieobecności (np. niewykorzystane urlopy) z chwilą wykonania pracy, która zwiększa uprawnienia do przyszłych płatnych nieobecności. W przypadku niekumulujących się płatnych nieobecności (np. zwolnienia chorobowe) świadczenia ujmuje się z chwilą ich wystąpienia.

Świadczenia pracownicze z tytułu płatnych nieobecności oraz świadczenia z tytułu premii nie spełniają definicji rezerw w świetle MSSF i prezentowane są jako zobowiązania krótkoterminowe w sprawozdaniu w sytuacji finansowej w pozycji zobowiązań handlowych oraz pozostałych zobowiązań.

Program określonych składek – ZUS (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 ubiegłych latach. Z tego względu program państwowy jest programem określonych składek.

Zobowiązanie Grupy z tytułu tych programów za każdy okres ustalane 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 aktuarium. Naliczone zobowiązania są równe zdyskontowanym płatnościom, które mają zostać dokonane w przyszłości, z uwzględnieniem rotacji zatrudnienia i dotyczą okresu do dnia kończącego okres sprawozdawczy.

W roku 2020 Grupa rozpoznała zyski/straty aktuarialne ujęte w pozostałych całkowitych dochodach.

Pracownicze Plany Kapitałowe

Pracownicze Plany Kapitałowe („PPK” zostały wprowadzone nowymi przepisami obowiązującymi od 1 stycznia 2019 r., zgodnie z którymi pracodawcy są zobowiązani do wprowadzenia w swojej organizacji pracowniczych planów kapitałowych. Pracownicze plany kapitałowe stanowią nową formę oszczędzania w ramach systemu emerytalnego. Wpłata podstawowa finansowana przez pracownika wynosi 2% wynagrodzenia brutto. Z kolei pracodawca dokonuje wpłaty w wysokości 1,5% obowiązkowej składki pracownika oraz może też przekazywać dobrowolną wpłatę dodatkową w wysokości do 2,5% wynagrodzenia. Ten obowiązek dotyczy tylko tych pracowników, którzy nie zrezygnowali z PPK. Zobowiązanie z tytułu pracowniczych programów kapitałowych na dzień 31 grudnia 2020 r. wynosiło 302 PLN i było ujmowane w pozycji zobowiązań handlowych oraz pozostałych zobowiązań.

Długoterminowy program motywacyjny

Długoterminowy program motywacyjny („LTI”) jest formą premii uznaniowej przyznawanej kluczowym członkom Rady Dyrektorów i wybranym menedżerom w Grupie. Premia wypłacana jest jednorazowo na podstawie wyników osobistych Grupy i uczestnika, jednak nie wcześniej niż w czerwcu 2021 r., lub do momentu wyjścia Akcjonariuszy Większościowych z inwestycji w Grupie lub do momentu debiutu giełdowego Grupy. Rezerwa tworzona jest proporcjonalnie do upływu czasu i ujawniana jest w Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym w pozycji zobowiązań wobec pracowników. Po IPO Grupy w październiku 2020 r. prawa do premii LTI zostały w całości przyznane i premia zostanie wypłacona uczestnikom w czerwcu 2021 r. Program LTI został już zakończony.

Płatności w formie akcji

Transakcje płatności w formie akcji traktowane są zgodnie z MSSF 2. Standard obejmuje wszelkie porozumienia, w których podmiot nabywa towary i usługi w zamian ze emisją instrumentów kapitałowych, lub w zamian za płatności gotówkowe bazujące na wartości godziwej instrumentów kapitałowych podmiotu, chyba że transakcja ta w oczywisty sposób służy innemu celowi niż płatność za towary lub usługi dostarczone otrzymującej je jednostce. Zgodnie z MSSF 2 Grupa Allegro.eu rozróżnia pomiędzy programami rozliczanych w instrumentach kapitałowych a programami rozliczanych płatnościami gotówkowymi. Korzyści finansowe z tytułu programów rozliczanych w akcjach rozliczane są przez cały oczekiwany okres nabywania praw i odnoszone do kapitałów własnych od daty rozpoczęcia świadczenia usług, 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 usług do dnia przyznania. Koszty z programów rozliczanych w płatnościach gotówkowych także rozliczane przez cały oczekiwany okres nabycia praw, ale odnoszone są do zobowiązań. Opis istniejącego Programu Inwestycyjnego dla kierownictwa rozliczanego w instrumentach kapitałowych oraz Programu Motywacyjnego Allegro Incentive Plan przedstawiony jest w nocie 39.

24.1. Zmiana stanu zobowiązań wobec pracowników

Wystąpiły następujące zmiany zobowiązań wobec pracowników:

	01.01.2019	Zwiększenie	Odwrócenie	Wykorzystanie	31.12.2019	Zwiększenie	Odwrócenie	Wykorzystanie	31.12.2020
Pracowniczy program motywacyjny (LTI)	9 165	9 946	—	—	19 111	5 752	(24 863)	—	—
Rezerwa na odprawy emerytalne i rentowe	1 889	1 562	—	—	3 451	1 919	—	—	5 370
Długoterminowe zobowiązania wobec pracowników	11 054	11 508	—	—	22 562	7 671	(24 863)	—	5 370
Rezerwa na wypłatę premii	16 275	55 645	(3 665)	(20 628)	47 628	120 389	(4 809)	(59 708)	103 499
Pracowniczy program motywacyjny (LTI)	—	—	—	—	—	24 863	—	—	24 863
Niewykorzystane rezerwy urlopowe	9 291	11 428	—	(9 291)	11 428	12 515	—	(4 982)	18 960
Rezerwa na odprawy emerytalne i rentowe	25	6	—	—	31	17	—	—	48
Pozostałe	5	523	—	—	528	1 031	—	—	1 559
Krótkoterminowe zobowiązania wobec pracowników	25 596	67 602	(3 665)	(29 919)	59 615	158 814	(4 809)	(64 690)	148 928
Razem	36 650	79 110	(3 665)	(29 919)	82 177	166 486	(29 672)	(64 690)	154 299

25. Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania

Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania na dzień bilansowy obejmowały:

	Nota	31.12.2020	31.12.2019
Zobowiązania handlowe		342 861	207 146
Zobowiązania z tytułu umów z klientami i zwrotów	9.3, 9.4	115 399	70 422
Zobowiązania z tytułu VAT		73 448	52 259
Ubezpieczenia społeczne i inne zobowiązania podatkowe		13 695	9 768
Pozostałe zobowiązania		12 226	9 566
Razem		557 629	349 161

Zobowiązania handlowe regulowane są zazwyczaj w terminie 30 dni od ich rozpoznania. Wartość godziwa zobowiązań handlowych oraz pozostałych zobowiązań jest uznawana za taką samą jak ich wartość bilansowa z uwagi na ich krótkoterminowy charakter.

25.1. 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 regulowane są zazwyczaj w terminie 30 dni od ich rozpoznania. 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.

26. Zobowiązania opcyjne do wykupu udziałów niedających kontroli

Wartość zobowiązania opcyjnego do wykupu udziałów niedających kontroli na dzień bilansowy wyniosła:

	31.12.2020	31.12.2019
Zobowiązania opcyjne do wykupu udziałów niedających kontroli – długoterminowe	—	21 002
Zobowiązania opcyjne do wykupu udziałów niedających kontroli – krótkoterminowe	—	22 208
Razem	—	43 210

W dniu 19 kwietnia 2019 r. Allegro.pl Sp. z o.o. nabyło 135 520 udziałów w eBilet Polska Sp. z o.o. stanowiących 80% wyemitowanych udziałów od podmiotu niepowiązanego Bola Investments Limited. Strony uzgodniły, że pozostałe 20% udziałów będących w posiadaniu Bola Investments Limited można będzie nabyć w dwóch transzach na podstawie opcji kupna lub sprzedaży. W dniu 25 września 2020 r. Allegro.pl nabyło pozostałe 20% udziałów i na dzień 31 grudnia 2020 r. Allegro.pl jest właścicielem 100% udziałów w spółce eBilet. W efekcie tej transakcji Zobowiązanie opcyjne do wykupu udziałów niedających kontroli oraz Udziały mniejszościowe zostały wycofane z bilansu poprzez Niepodzielony wynik finansowy za lata ubiegłe.

Zobowiązania opcyjne do wykupu udziałów niedających kontroli ujęte na 31 grudnia 2019 r. wynikały z połączeń jednostek gospodarczych i stanowiły opcje sprzedaży udziałów mniejszościowych w eBilet. Grupa miała prawo do zakupu („opcje kupna”), a Sprzedający miał prawo do sprzedaży („opcje sprzedaży”) pozostałych 20% udziałów eBilet.

Opcje kupna mogły zostać zrealizowane dla pierwszej transzy 10% udziałów w każdym roku 2021-2023 oraz dla drugiej transzy 10% w każdym roku 2022-2026, natomiast opcje sprzedaży zostały wykonane dla pierwszej transzy 10% udziałów w każdym roku okresu 2020-2023 oraz dla drugiej transzy 10% udziałów w każdym roku okresu 2021-2026. Cena wykonania każdej z opcji bazuje na EBITDA wykazanym przez eBilet w sprawozdaniu finansowym za rok poprzedzający datę wykonania opcji, po uwzględnieniu mnożnika opartego między innymi na stopie wzrostu EBITDA, oraz na realizacji określonych celów operacyjnych przez eBilet. Minimalna cena wykonania opcji kupna i sprzedaży dla obu transz

łącznie została ustalona na poziomie 22 000 PLN. Zasadne było przyjęcie, że formuła ceny wykonania jest zbliżona do wartości godziwej udziałów eBilet.

Opcje sprzedaży miały zostać rozliczone wyłącznie fizycznie. W rezultacie opcje skutkowały powstaniem zobowiązania finansowego w kwocie równej wartości bieżącej powyższego zobowiązania opcyjnego. Na dzień 31 grudnia 2019 roku pozycja ta była szacowana na kwotę 43 210 PLN. Ponieważ ryzyko oraz korzyści wynikające z posiadania udziałów związanych z opcjami sprzedaży pozostały przy udziałowcach mniejszościowych, zobowiązanie finansowe zmniejszyło kapitał własny Grupy.

Kryterium „fixed-for-fixed” nie zostało spełnione (liczba udziałów jest stała, natomiast cena jest zmienna), w związku z czym opcje spowodowały powstanie pochodnego składnika aktywów finansowych. Ponieważ cena wykonania opcji była zbliżona do wartości godziwej, wartość godziwa pochodnych aktywów finansowych wynosiła zero.

Po zakończeniu negocjacji z właścicielami mniejszościowymi we wrześniu 2020 r. ustalono cenę za pozostałe 20% udziałów na poziomie 40 000 PLN i wszystkie opcje kupna i sprzedaży zostały umorzony przez obie strony. W wyniku przejścia Zobowiązanie opcyjne do wykupu udziałów niedających kontroli zostało przeszacowane do uzgodnionej ceny 40 000 PLN, przy czym zysk w wysokości 3 210 PLN został ujęty w kapitale własnym („Pozostałe kapitały rezerwowe”). Zobowiązania opcyjne do wykupu udziałów niedających kontroli, które było uprzednio ujęte w Pozostałych kapitałach rezerwowych wraz z udziałami mniejszościowymi zostało przeniesione w ramach kapitału własnego do Niepodzielonego wyniku finansowego za lata ubiegłe.

26.1. Zasady rachunkowości

Zobowiązania opcyjne do wykupu udziałów niedających kontroli udziałów mniejszościowych

Zobowiązania opcyjne do wykupu udziałów niedających kontroli, które dały udziałowcom mniejszościowym prawo do sprzedaży swoich udziałów Grupie stanowią zobowiązanie Grupy do zakupu własnych instrumentów kapitałowych. To zobowiązanie finansowe ujmowane jest początkowo w wartości bieżącej zobowiązania, tzn. w kwocie wykupu.

Zobowiązanie finansowe jest początkowo ujmowane w kapitale własnym Grupy (tzn. zmniejsza kapitały własne Grupy) jeżeli warunki wykonania opcji nie przenoszą na Grupę ryzyk oraz korzyści z posiadania tych akcji/udziałów. Jeżeli warunki wykonania opcji przenoszą na udziały mniejszościowe ryzyka oraz korzyści z posiadania akcji/udziałów, to zobowiązanie finansowe jest początkowo ewidencjonowane w udziałach mniejszościowych (tzn. zmniejsza udziały mniejszościowe) lub w wartości firmy jeżeli opcja sprzedaży wystawiana jest w procesie połączenia przedsięwzięć.

Po początkowym ujęciu, jeżeli ryzyka i korzyści wynikające z posiadania udziałów objętych opcją sprzedaży nie zostały przeniesione na Grupę (tzn. wciąż ujmuje się udziały mniejszościowe), zobowiązanie finansowe nadal wycenia się według zamortyzowanego kosztu, tzn. po wartości bieżącej kwoty wykupu. Ustalony dyskonto jest ujmowane w kosztach finansowych. Zobowiązanie finansowe podlega aktualizacji wyceny przynajmniej raz w roku na podstawie najlepszej aktualnej wiedzy co do kwoty wykupu. Zmiany stanu zobowiązania finansowego wynikającego ze zmian szacunkowej kwoty wykupu odnoszone są na kapitał własny Grupy.

Jeżeli opcja sprzedaży wygasa bez jej wykonania, zobowiązanie finansowe wyłączane jest z kapitału własnego Grupy.

Zakupione opcje kupna udziałów mniejszościowych

Jeżeli spełnione są kryteria „fixed-for-fixed” (stała liczba akcji/udziałów za stałą płatność pieniężną), zakupiona opcja zakupu ujmowana jest w kapitale własnym. Jeżeli kryteria te nie są spełnione, to zakup opcji zakupu powoduje powstanie pochodnego instrumentu finansowego wycenianego w wartości godziwej przez wynik finansowy.

26.2. Osądy i szacunki

Cena wykonania opcji kupna i sprzedaży

Cena wykonania opcji została ustalona przy użyciu wzoru opartego na wynikach, który zdaniem kierownictwa stanowi przybliżenie wartości godziwej udziałów eBilet.

Przeniesienie ryzyka i korzyści wynikających z posiadania udziałów będących przedmiotem opcji sprzedaży

Kierownictwo ustaliło, że ryzyko i korzyści wynikające z posiadania nie zostały przeniesione na Grupę, ponieważ opcje kupna i opcja sprzedaży nie przewidują symetrycznych warunków, a ich cena wykonania jest przybliżeniem wartości godziwej.

Rozliczenie późniejszych zmian zobowiązania finansowego

Kierownictwo zauważa sprzeczność pomiędzy wytycznymi z MSSF 9 i MSSF 10. Zdaniem kierownictwa bardziej odpowiednie jest stosowanie wytycznych z par. 23 MSSF 10, ujmując wszelkie korekty związane ze zmianami w udziale własnościowym jednostki dominującej, które nie skutkują utratą przez jednostkę dominującą kontroli nad jednostką zależną, jako transakcje kapitałowe. W związku z tym Kierownictwo zdecydowało odnosić zmiany zobowiązania finansowego do kapitału własnego, z wyjątkiem odwrócenia odsetek, które jest ujmowane w wyniku finansowym.

27. Aktywa i zobowiązania finansowe

Klasyfikacja i pomiar

Zgodnie z MSSF 9 Grupa klasyfikuje aktywa finansowe jako: wyceniane według wartości godziwej lub wyceniane według zamortyzowanego kosztu. Klasyfikacja dokonywana jest w momencie początkowego ujęcia i zależy od przyjętego przez Grupę modelu zarządzania instrumentami i finansowymi oraz charakterystyki kontraktowych przepływów pieniężnych z tych instrumentów.

W 2019 i 2020 roku wszystkie aktywa i zobowiązania finansowe, z wyjątkiem instrumentów pochodnych, były początkowo ujmowane według wartości godziwej a po początkowym ujęciu według zamortyzowanego kosztu.

Grupa stosuje rachunkowość zabezpieczeń, a instrumenty pochodne klasyfikowane są jako zabezpieczenia przepływów środków pieniężnych.

Grupa posiada następujące instrumenty finansowe:

	Nota	31.12.2020	31.12.2019
Aktywa finansowe według zamortyzowanego kosztu		1 882 513	815 166
Pożyczki udzielone		—	9 324
Pożyczki konsumenckie	19	51 972	—
Należności handlowe oraz pozostałe należności*	17	640 333	396 801
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	20	1 185 060	403 877
Inwestycje		360	360
Pozostałe aktywa finansowe		4 788	4 804

* z wyłączeniem rozliczeń podatkowych

	Nota	31.12.2020	31.12.2019
Zobowiązania według zamortyzowanego kosztu		5 920 493	6 713 535
Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania**	25	405 534	247 872
Kredyty i pożyczki	21	5 437 800	6 336 915
Zobowiązania leasingowe (poza zakresem MSSF 9)	22	73 266	85 538
Zobowiązania opcyjne do wykupu udziałów niedających kontroli	26	—	43 210
Zobowiązania związane z połączeniem jednostek gospodarczych		3 893	—
Pochodne instrumenty zabezpieczające		97 298	38 925
Instrumenty pochodne (na zabezpieczenie przepływów pieniężnych)	31	97 298	38 925

** z wyłączeniem przychodów przyszłych okresów rozliczeń podatkowych

Zamortyzowany koszt składnika aktywów finansowych lub zobowiązania finansowego jest definiowany jako kwota, po której zobowiązanie finansowe jest wyceniane w momencie początkowego ujęcia pomniejszone o spłaty kapitału, plus/minus skumulowana amortyzacja przy użyciu metody efektywnej stopy procentowej wszelkich różnic między tą początkową kwotą, a kwotą w momencie wymagalności oraz, w przypadku aktywów finansowych, skorygowana o wszelkie odpisy aktualizujące.

Grupa zaprzestaje ujmowania składnika aktywów finansowych gdy wygasają umowne prawa do przepływów pieniężnych ze składnika aktywów finansowych lub gdy przenosi składnik aktywów finansowych, a przeniesienie spełnia warunki zaprzestania ujmowania. Przeniesienie składnika aktywów finansowych występuje, gdy przeniesione zostają prawa do przepływów finansowych lub prawa do przepływów finansowych zostają zachowane, lecz podmiot zawiera porozumienie o przekazywaniu przepływów („pass-through arrangement”) spełniające kryteria wskazane w MSSF 9. W związku z tym zaprzestanie ujmowania nie ogranicza się do przypadków przeniesienia praw do przepływów pieniężnych, ale związane jest z szerszym pojęciem „przeniesienia składnika aktywów finansowych”.

Grupa przenosi składnik aktywów finansowych jeżeli przenosi umowne prawa do otrzymania przepływów pieniężnych ze składnika aktywów finansowych lub jeżeli zachowuje umowne prawa do otrzymywania przepływów pieniężnych ze składnika aktywów finansowych, ale przyjmuje na siebie umowny obowiązek przekazania przepływów pieniężnych jednemu lub większej liczbie odbiorców.

Grupa przestaje ujmować zobowiązania finansowe, gdy zostaną wypełnione, anulowane lub wygasną. Grupa przestaje ujmować zobowiązanie finansowe także wtedy, gdy jego warunki ulegną zmianie, a przepływy pieniężne zmodyfikowanego zobowiązania są zasadniczo różne, w którym to przypadku nowe zobowiązanie finansowe oparte na zmodyfikowanych warunkach jest ujmowane według wartości godziwej.

Instrumenty pochodne wskazane 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 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 według wartości godziwej przez wynik finansowy.

Przeprowadzono testy skuteczności zabezpieczeń przepływów pieniężnych i wynosi ona 100%. W związku z tym, wszystkie zmiany zostały ujęte w Pozostałych całkowitych dochodach.

Zabezpieczenia przepływów pieniężnych

W sierpniu 2018 r. Grupa przyjęła zasady rachunkowości dla transakcji zabezpieczających przepływy pieniężne, w celu ograniczenia ich potencjalnego negatywnego wpływu na wyniki finansowe Grupy. Kwoty nominalne i terminy wymagalności instrumentów zabezpieczających przedstawione zostały w nocie 31.1.

Efektywną część zmian wartości godziwej instrumentów pochodnych wyznaczonych i kwalifikujących się jako zabezpieczenia przepływów pieniężnych ujmuje się w pozostałych 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, istniejący w danym momencie w pozostałych całkowitych dochodach pozostaje w kapitale własnym i odnoszony jest do rachunku zysków i strat w momencie realizacji planowanej transakcji. Jeżeli Grupa przestaje oczekiwać, że prognozowana transakcja nastąpi, wówczas skumulowany zysk lub strata ujęty w pozostałych całkowitych dochodach odnoszony jest do rachunku zysków i strat.

Wartość godziwa kontraktów swap zabezpieczających stopy procentowe, stosowanych jako zabezpieczenie przepływów pieniężnych przedstawiona jest w niniejszej nodzie. Zmiany stanu kapitału zapasowego zostały ujawnione w Skonsolidowanym sprawozdaniu ze zmian w kapitale własnym.

Wartość godziwa zabezpieczających instrumentów pochodnych zaliczana jest do aktywów trwałych lub zobowiązań długoterminowych, jeśli czas pozostały do terminu zapadalności dla zabezpieczonej pozycji przekracza 12 miesięcy, albo do aktywów obrotowych lub zobowiązań krótkoterminowych, jeśli czas pozostały do terminu zapadalności dla zabezpieczonej pozycji nie przekracza 12 miesięcy.

Wartości godziwe kontraktów swap zabezpieczających stopy procentowe obliczane są poprzez dyskontowanie przyszłych przepływów pieniężnych bazujących zarówno na stałych, jak i zmiennych stopach procentowych. Dane wejściowe wpływające na wartość godziwą są zaszeregowane do Poziomu 2 hierarchii wartości godziwej (dane wejściowe obserwowalne dla aktywów lub zobowiązań, bezpośrednio lub pośrednio, inne niż ceny pochodzące z aktywnego rynku dla identycznych aktywów lub zobowiązań). Te dane wejściowe obejmują stałą stopę procentową, stopę dyskontową oraz krzywą rentowności.

Nieefektywność zabezpieczeń

Efektywność zabezpieczenia ustalana jest na początku relacji zabezpieczającej, oraz poprzez okresowe oceny efektywności, aby zapewnić, że istnieje relacja ekonomiczna pomiędzy zabezpieczaną pozycją a instrumentem zabezpieczającym. Grupa zawiera kontrakty swap analogicznie do zabezpieczonej pozycji, tj. referencyjne stopy procentowe, daty aktualizacji, daty płatności, terminy wymagalności i kwoty referencyjne. Grupa nie zabezpiecza 100% swoich pożyczek, w związku z czym pozycja zabezpieczona identyfikowana jest jako proporcja udzielonych pożyczek do poziomu kwoty referencyjnej swapów. Jako że wszystkie krytyczne warunki w ciągu roku były dopasowane, relacja ekonomiczna była w 100% efektywna.

Kompensata aktywów i zobowiązań finansowych

Aktywa finansowe i zobowiązania finansowe podlegają kompensacie, a kwota netto wykazywana jest w sprawozdaniu z sytuacji finansowej tylko jeżeli Grupa posiada prawnie egzekwowalny tytuł prawny do kompensowania ujętych kwot i zamierza rozliczyć się w kwocie netto lub zrealizować składnik aktywów i uregulować zobowiązanie równocześnie.

Utrata wartości aktywów finansowych

Polityka Grupy i w zakresie utraty wartości aktywów finansowych jest zgodna z wymogami MSSF 9, który wymaga oszacowania oczekiwanej straty, niezależnie od tego czy wystąpiły, czy też nie przesłanki do stworzenia takiego odpisu. Standard przewiduje 3-stopniową klasyfikację aktywów finansowych pod kątem ich utraty wartości:

- pierwszy stopień ryzyka, – 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;
- drugi stopień ryzyka – 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;
- trzeci stopień ryzyka – salda ze stwierdzoną utratą wartości.

Dla należności handlowych Grupa stosuje uproszczony model, szerzej opisany w nodzie 31.

NOTA DO SKONSOLIDOWANEGO ZESTAWIENIA ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM

28. Nota do skonsolidowanego zestawienia zmian w kapitale własnym

W tej nocie kwoty zostały wyrażone w PLN, a nie w tysiącach PLN.

Spółka Allegro.eu została utworzona na podstawie aktu notarialnego sporządzonego w dniu 5 maja 2017 r. Wszystkie udziały zostały w pełni pokryte wkładem niepieniężnym wycenionym w kwocie 8 313 297 585 PLN, z czego kwota 831 519 555 PLN została przypisana do kapitału zakładowego Jednostki Dominującej, a kwota 7 481 778 030 PLN została ujęta w pozycji kapitał zapasowy Jednostki Dominującej. Kapitał został pierwotnie wyemitowany w euro, które było początkowo walutą funkcjonalną Jednostki Dominującej do końca września 2020 r.

Grupa wyemitowała zarówno udziały zwykłe jak i uprzywilejowane. Udziały zwykłe dawały prawo do zwrotu na poziomie 11% wartości nominalnej udziałów, która to kwota została rozliczona jednorazowo. Wypłaty z tytułu udziałów zwykłych serii A, B i C mogły zostać zrealizowane wyłącznie po pełnym rozliczeniu udziałów uprzywilejowanych oraz kumulatywnej dywidendy z tytułu udziałów uprzywilejowanych. Udziały serii B i C zostały przyznane Kluczowej Kadry Kierowniczej oraz innym wybranym członkom kierownictwa przy zdefiniowanym okresie nabycia praw. Posiadacze udziałów uprzywilejowanych serii D1, D2, D3 i D4 byli uprawnieni do rocznej dywidendy kumulatywnej równej 12,0% kwoty wartości udziałów uprzywilejowanych, tj. odpowiednio wartości nominalnej i nadwyżki ponad wartość nominalną przypisaną do udziałów uprzywilejowanych.

W dniu 15 grudnia 2017 r. Udziałowcy podjęli decyzję o wypłacie łącznej kwoty 46 332 907 PLN z akcji uprzywilejowanych D1, D2, D3 i D4.

W dniu 23 maja 2019 r. podczas Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Udziałowców, udziałowcy podjęli decyzję o odkupieniu 4 692 359 731 udziałów uprzywilejowanych serii D1 oraz 4 692 359 731 udziałów uprzywilejowanych serii D2, a także ustalili łączną kwotę umorzenia w wartości 1 967 015 789 PLN w przypadku udziałów uprzywilejowanych serii D1 oraz 709 721 684 PLN w przypadku udziałów uprzywilejowanych serii D2. W efekcie udziałowcy zdecydowali o obniżeniu wyemitowanego kapitału zakładowego Spółki o kwotę 395 819 313 PLN oraz obniżeniu kapitału zapasowego w wysokości 2 280 918 160 PLN. Wpływ środków związany z obniżeniem kapitału został sfinansowany wpływami z podwyższonych kredytów Senior Term Loans (patrz nota 21) oraz dostępnymi saldami środków pieniężnych Grupy i spowodował eliminację wszystkich udziałów uprzywilejowanych D1 i D2 z kapitału zakładowego spółki.

Na dzień 31 grudnia 2019 roku kapitał zakładowy Grupy wynosił 434 245 523 PLN i był podzielony na 10 295 789 705 udziałów o wartości nominalnej 0,0422 PLN (0,10 euro) każda.

W 2020 roku Jednostka Dominująca zmieniła walutę funkcjonalną z EUR na PLN. Decyzja została zatwierdzona uchwałą przyjętą przez nadzwyczajne walne zgromadzenie udziałowców w dniu 29 września 2020 r. Grupa prowadzi działalność głównie w Polsce, a polski złoty jest walutą, w której Grupa generuje i wydaje większość środków pieniężnych. Dodatkowo w dniu 12 października 2020 r. akcje Grupy zadebiutowały na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Akcje Jednostki Dominującej zostały wprowadzone do obrotu, w związku z czym zmiana waluty na polskie złote umożliwiła obrót akcjami zwykłymi.

Po zmianie waluty funkcjonalnej, kapitał zakładowy wynosił 468 412 PLN. Walne zgromadzenie akcjonariuszy podjęło uchwałę w sprawie utworzenia nowej kategorii akcji („Nowe Akcje Zwykłe”) i konwersji wszystkich istniejących udziałów na 1 miliard (1 000 000 000) Nowych Akcji Zwykłych. Nowa wartość nominalna 1 Nowej Akcji Zwykłej została ustalona na poziomie jednego grosza, tj. 0,01 PLN.

Podczas IPO Grupy, w dniu 2 października 2020 r. Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy podjęło uchwałę zatwierdzającą podwyższenie kapitału zakładowego w ramach kapitału docelowego poprzez emisję 23 255 814 nowych akcji zwykłych o wartości nominalnej 0,01 PLN każda, na sprzedaż po cenie

subskrypcji podczas IPO po 43 PLN za 1 akcję, o łącznej wartości 1 000 000 000 PLN pomniejszonej o prowizje maklerskie w wysokości 27,674,193 związane z emisją nowych akcji. Koszty transakcyjne związane z emisją nowych akcji zwykłych w wysokości 5 889 272 PLN pomniejszyły kapitał zapasowy.

W wyniku tej konwersji wyemitowany kapitał zakładowy został zmniejszony do 10 000 000 PLN bez umarzania akcji i bez wypłaty wpływów z tytułu tego zmniejszenia w kwocie 459 997 000 PLN, które zamiast tego zostały przeniesione na kapitał zapasowy.

Mnożnik użyty do konwersji każdej kategorii istniejących udziałów na odpowiadające im Nowe Akcje Zwykłe został obliczony na podstawie ceny ustalonej na dzień IPO na poziomie 43 PLN za 1 Nową Akcję Zwykłą w dniu 28 września 2020 r. po zamknięciu procesu budowania księgi popytu.

W efekcie wartość rynkowa 1 000 000 000 nowych akcji zwykłych, wynosząca 43 000 000 000 PLN, została najpierw przypisana do istniejących udziałów uprzywilejowanych serii D3 i D4 według pierwotnego kosztu plus narosłe dywidendy kumulatywne, natomiast wartość rezydualna została alokowana do kategorii akcji zwykłych. Przypisanie wartości każdej kategorii udziałów zostało następnie użyte do obliczenia alokacji nowych akcji zwykłych do każdej kategorii.

Rodzaj	Przed konwersją	Mnożnik	Po konwersji UDZIAŁY ZWYKŁE
Udziały zwykłe subskrybentów	5 000 000	0,0001	605
Udziały Serii A1	434 804 791	0,8179	355 624 294
Udziały Serii A2	434 804 789	0,8179	355 628 890
Udziały Serii B1	23 514 029	0,9922	23 330 750
Udziały Serii B2	23 514 024	0,9922	23 330 996
Udziały Serii C1	5	56 894	284 468
Udziały Serii C2	23 923 440	0,8150	19 496 576
Udziały Uprzywilejowane Serii D3	4 692 359 731	0,0310	145 647 454
Udziały Uprzywilejowane Serii D4	4 692 359 729	0,0163	76 655 967
Liczba udziałów razem	10 330 280 538		1 000 000 000

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

Kapitał zakładowy Grupy wzrósł tym samym z 10 000 000 PLN do 10 232 558 PLN, a kwota 972 093 251 PLN została pomniejszona o prowizje maklerskie i przekazana na kapitał zapasowy w momencie jej otrzymania przez Jednostkę Dominującą; tj. po zakończeniu IPO Grupy w dniu 12 października 2020 r.

W wyniku transakcji opisanej powyżej, na dzień bilansowy kapitał zakładowy Grupy składał się z 1 023 255 814 Nowych Akcji Zwykłych o wartości nominalnej 0,01 PLN każda i łącznej wartości nominalnej 10 232 558 PLN.

Na dzień 31 grudnia 2020 roku Allegro.eu S.A. nie miało zysków do wypłaty.

Na dzień bilansowy bezpośrednimi właścicielami akcji Jednostki Dominującej byli:

Nazwa	Właściciel Najwyższego Szczebla	31.12.2020		31.12.2019	
		Wartość akcji	% kapitału zakładowego	Wartość akcji	% kapitału zakładowego
Cidinan S.à r.l.	Cinven	3 212 463	31,4%	193 675 912	44,6%
Permira VI Investment Platform Limited	Permira	3 212 463	31,4%	133 612 276	30,8%
Mepinan S.à r.l. (dawniej: Adinan (MEF IV) Limited)	Mid Europa Partners	713 881	7,0%	43 039 092	9,9%
Adagio Co-Invest L.P.	Permira	—	0,0%	60 063 636	13,8%
Adiman SCSp	b.d.	—	0,0%	3 327 758	0,8%
Pozostałe	b.d.	3 093 751	30,2%	526 849	0,1%
Razem		10 232 558	100%	434 245 523	100%

Kluczowi akcjonariusze Grupy należą do funduszy inwestycyjnych private equity: Cinven, Permira oraz Mid Europa Partners (razem zwanych „Akcjonariuszami Najwyższego Szczebla”).

Wpływ zmiany waluty funkcjonalnej na kapitał własny

Zmiana waluty funkcjonalnej księgowana jest w ujęciu prospektywnym. Prospektywne ujęcie księgowe oznacza, że Grupa przelicza wszystkie pozycje na nową walutę funkcjonalną przy użyciu kursu wymiany obowiązującego na dzień zmiany. Przyjmuje się, że obliczone w ten sposób kwoty pozycji niepieniężnych uznawane są za ich koszt historyczny. Pozycje kapitału własnego także są przeliczane na nową walutę funkcjonalną przy użyciu kursu wymiany w dniu zmiany waluty funkcjonalnej – niezależnie od faktu, że podmiot poprzednio zastosował historyczny kurs walutowy do przeliczenia kapitału zakładowego i kapitału zapasowego z waluty funkcjonalnej do waluty prezentacji. Na dzień zmiany waluty funkcjonalnej nie powinny powstać żadne dodatkowe różnice kursowe; to oznacza, że w pozostałych całkowitych dochodach nie powinny zostać ujęte żadne dodatkowe różnice kursowe z tytułu przeliczenia. Grupa przeliczyła kapitał zakładowy i kapitał zapasowy Jednostki Dominującej z EUR na PLN stosując kurs wymiany z dnia zmiany waluty funkcjonalnej, co spowodowało wzrost kapitału zakładowego i kapitału zapasowego w porównaniu z wartościami bilansowymi prezentowanymi wcześniej po ich przeliczeniu z waluty funkcjonalnej EUR na walutę prezentacji (PLN) przy użyciu historycznych kursów walutowych. W związku z tym, efekt zmiany wartości bilansowej kapitału zakładowego i kapitału zapasowego został ujęty z drugostronnym zapisem bezpośrednio w niepodzielonym wyniku finansowym za lata ubiegłe.

Wpływ IPO na kapitał własny

W dniu 12 października 2020 r. („Data Debiutu”) akcje Jednostki Dominującej zadebiutowały na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Pierwsza oferta publiczna objęła 213 549 039 akcji po oferowanej cenie 43 PLN za 1 akcję. Ponadto, Cidinan S.à r.l., Permira VI Investment Platform Limited, i Mepinan S.à r.l. (zwani razem, „Większościowymi Akcjonariuszami Sprzedającymi”) przyznały firmie Morgan Stanley & Co. International plc, działającej w charakterze Menedżera Stabilizującego, Opcję Dodatkowego Przydziału na zakup do 15% łącznej liczby Akcji Sprzedawanych. Opcja Dodatkowego Przydziału została wykorzystana w pełni, obejmując 32 032 356 akcji Jednostki Dominującej. W efekcie łączna liczba akcji sprzedanych podczas IPO, włącznie z akcjami sprzedanymi w ramach dodatkowego przydziału, wyniosła 245 581 395 akcji, co stanowi ok. 24% wyemitowanego kapitału zakładowego Jednostki Dominującej.

Grupa ujęła koszty w wysokości 61 569 tys. PLN związane z przygotowaniem do IPO w roku obrotowym zakończonym 31 grudnia 2020 r. (ujęte w rachunku zysków i strat w pozycji „Koszty transakcyjne”), oraz kolejne 24 571 tys. PLN związane z wynagrodzeniem w formie akcji, przyznanym pracownikom w ramach programu motywacyjnego Allegro Incentive Plan podczas IPO (ujęte jako koszt w rachunku zysków i strat w pozycji „Koszty pracownicze brutto”).

Kwota akcji przyznanych pracownikom podczas IPO została ujęta jako wynagrodzenie w formie akcji w rachunku zysków i strat, z odpowiadającym jej zapisem w Pozostałych kapitałach rezerwowych. Opłaty maklerskie w wysokości 27 674 tys. PLN poniesione z tytułu emisji pierwotnej 23 255 814 Nowych Akcji Zwykłych zostały ujęte w kapitale zapasowym. Koszty IPO w wysokości 5 889 PLN Grupa ujęła bezpośrednio w kapitale własnym, ponieważ dotyczą one emisji nowych akcji. Po IPO wszystkie pożyczki udzielone menadżerom w ramach Programu Inwestycyjnego dla kierownictwa, z pełną oraz niepełną odpowiedzialnością dłużnika, zostały spłacone. Program Inwestycyjny dla kierownictwa został rozliczony w całości poprzez alokację Nowych Akcji Zwykłych członkom kierownictwa; program zakończył się w dniu IPO.

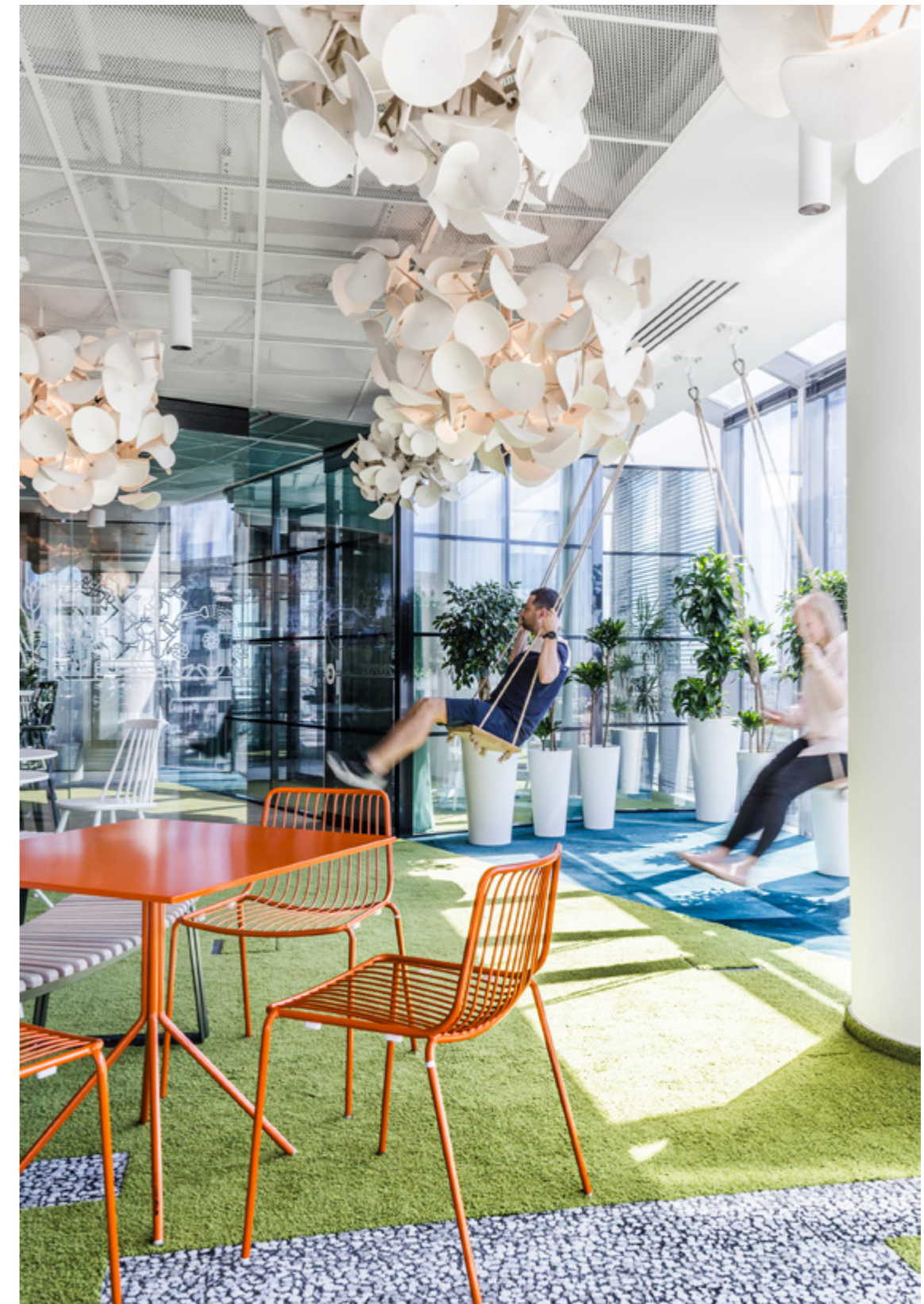
Wpływ MSSF 2 na kapitał własny

Jak opisano dalej w nocie 39, Kierownictwo Grupy otrzymało pożyczki na zakup części akcji wynikających z Programu Inwestycyjnego dla kierownictwa. Część udzielonych pożyczek stanowiły pożyczki z niepełną odpowiedzialnością dłużnika, co skutkowało powstaniem świadczenia zgodnie z MSSF 2 "Płatności na bazie akcji". Zgodnie z MSSF 2 pożyczki z niepełną odpowiedzialnością dłużnika nie są klasyfikowane jako pożyczki z perspektywy rachunkowej; ich wartość nominalna jest kompensowana z odpowiednią liczbą akcji przy odpowiedniej wartości nominalnej akcji, pomniejszając tym samym

wartość kapitału zakładowego. Wartość nominalna skompensowana z kapitałem zakładowym na dzień 31 grudnia 2019 r. wynosiła 1 454 720 PLN, co odpowiadało 34 490 836 akcjom o wartości nominalnej 0,0422 PLN (0,0100 EUR) każda. Pożyczki z niepełną odpowiedzialnością dłużnika zostały ostatecznie spłacone w 2020 r. i w efekcie na dzień 31 grudnia 2020 r. nie występują pomniejszenia kapitału własnego z tego tytułu.

Na dzień 31 grudnia 2020 i 31 grudnia 2019 kapitał zakładowy przedstawiał się następująco:

	31.12.2020	31.12.2019
Liczba akcji	1 023 255 814	10 295 789 702
<i>łącznie liczbę wyemitowanych akcji</i>	<i>1 023 255 814</i>	<i>10 330 280 538</i>
<i>akcje odpowiadające pożyczkom z niepełną odpowiedzialnością dłużnika</i>	<i>—</i>	<i>(34 490 836)</i>
Wartość nominalna	0,0100	0,0422
Kapitał zakładowy	10 232 558	434 245 522



NOTY OBJAŚNIAJĄCE DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH

29. Informacje o przepływach pieniężnych

29.1. Niepieniężna działalność inwestycyjna i finansowa

Transakcje inwestycyjne i finansowe, które nie wymagają wykorzystania środków pieniężnych lub ich ekwiwalentów, są następujące:

	31.12.2020	31.12.2019
Zobowiązania leasingowe / Aktywa z tytułu prawa do użytkowania	(8 666)	(13 514)
Otrzymane kredyty i pożyczki niegotówkowe, minus zapłacone prowizje	5 440 000	—
Splata kredytów i pożyczek niegotówkowych	(5 440 000)	—
Razem	(8 666)	(13 514)

Grupa rozliczyła transakcję refinansowania spłatając różnice pomiędzy poprzednim zadłużeniem a Nowym Kredytem Nadrzędnym, pomniejszoną o zapłaconą prowizję. W związku z tym zmiany niepieniężne wyniosły 5 440 000 PLN, natomiast zmiany pieniężne 711 732 PLN.

29.2. Uzgodnienie pożyczek i leasingu

Niniejsza sekcja zawiera m.in. analizę zmianę stanu pożyczek i leasingu dla każdego z prezentowanych okresów.

Zobowiązania z działalności finansowej	Leasing	Pożyczki	Zobowiązania opcyjne do wykupu udziałów niedających kontroli	Pozostałe zobowiązania finansowe	Razem
Stan na 01.01.2020	(85 538)	(6 336 915)	(43 210)	(38 923)	(6 504 585)
Splata kapitału	26 101	1 056 693	—	—	1 082 794
Płatność odsetek	3 028	275 853	—	—	278 881
Zapłacona opłata za wcześniejszą spłatę	—	26 000	—	—	26 000
Zapłacona opłata za dostępność kredytu rewolwingowego	—	2 523	—	—	2 523
Wykonanie zobowiązania opcyjnego do wykupu udziałów niedających kontroli	—	—	40 000	—	40 000
Opłacony instrument zabezpieczający stopę procentową	—	—	—	38 926	38 926
Płatności z tytułu pozostałych aktywności finansowych	—	7 815	—	—	7 815
Zmiana stanu środków pieniężnych	29 129	1 368 884	40 000	38 926	1 476 939
Naliczone odsetki	(3 028)	(297 099)	—	—	(300 127)
Naliczona opłata za dostępność kredytu rewolwingowego	—	(3 311)	—	—	(3 311)
Zysk/(strata) z zabezpieczenia przepływów pieniężnych	—	—	—	(104 980)	(104 980)
Naliczona opłata za wcześniejszą spłatę	—	(26 000)	—	—	(26 000)
Zwiększenia (nowy leasing)	(8 666)	—	—	—	(8 666)
Różnice kursowe	(4 221)	—	—	—	(4 221)
Modyfikacja umowy leasingowej	(942)	—	—	—	(942)
Umorzenie zobowiązania opcyjnego do wykupu udziałów niedających kontroli	—	—	3 210	—	3 210
Koszty kredytów i pożyczek	—	(143 378)	—	—	(143 378)
Pozostałe	—	20	—	7 679	7 699
Zmiana stanu pozycji niepieniężnych	(16 857)	(469 768)	3 210	(97 301)	(580 716)
Stan na 31.12.2020	(73 266)	(5 437 800)	—	(97 298)	(5 608 364)

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu jest jedyną wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążąca jest angielska wersja językowa.

Zobowiązania z działalności finansowej	Leasing	Pożyczki	Zobowiązania opcyjne do wykupu udziałów niedających kontroli	Pozostałe zobowiązania finansowe	Razem
Stan na 01.01.2019	(106 863)	(4 625 846)	—	(38 806)	(4 771 515)
Splata kapitału	24 844	215 803	—	—	240 647
Płatność odsetek	3 835	375 018	—	—	378 853
Zaciągnięcie kredytów i pożyczek	—	(1 959 516)	—	—	(1 959 516)
Zapłacona opłata za dostępność kredytu rewolwingowego	—	3 767	—	—	3 767
Zapłacony instrument zabezpieczający stopę procentową	—	—	—	17 580	17 580
Płatności z tytułu pozostałych aktywności finansowych	—	16 520	—	—	16 520
Zmiana stanu środków pieniężnych	28 679	(1 348 408)	—	17 580	(1 302 149)
Naliczone odsetki	(3 835)	(361 113)	—	—	(364 948)
Naliczona opłata za dostępność kredytu rewolwingowego	—	(3 195)	—	—	(3 195)
Zysk/(strata) z zabezpieczania przepływów pieniężnych	—	—	—	(20 203)	(20 203)
Zwiększenia	(13 514)	—	—	—	(13 514)
Różnice kursowe	1 808	—	—	—	1 808
Modyfikacja umowy leasingowej	8 188	—	—	—	8 188
Zobowiązania opcyjnego do wykupu udziałów niedających kontroli	—	—	(43 210)	—	(43 210)
Pozostałe	—	1 647	—	2 506	4 153
Zmiana stanu pozycji niepieniężnych	(7 353)	(362 661)	(43 210)	(17 697)	(430 921)
Stan na 31.12.2019	(85 538)	(6 336 915)	(43 210)	(38 923)	(6 504 585)

29.3. Zmiany w kapitale obrotowym netto

Zmiany stanu kapitału obrotowego netto przedstawiono poniżej:

Zmiany stanu należności handlowych i pozostałych należności oraz przedpłat	31.12.2020	31.12.2019
Należności i przedpłaty – saldo bieżącego okresu	682 906	423 712
Należności i przedpłaty – saldo poprzedniego okresu	(423 712)	(339 959)
Salda nabyte przy połączeniu jednostek – eBilet	—	(2 145)
Salda nabyte przy połączeniu jednostek – OpenNet	(650)	—
Pozostałe	2 000	—
Całkowita zmiana	260 544	81 608

Zmiana stanu zapasów	31.12.2020	31.12.2019
Zapasy – saldo bieżącego okresu	24 619	20 051
Zapasy – saldo poprzedniego okresu	(20 051)	(8 225)
Salda nabyte przy połączeniu jednostek – eBilet	—	(37)
Całkowita zmiana	4 568	11 789

Zmiany stanu pożyczek konsumenckich	31.12.2020	31.12.2019
Pożyczki konsumenckie – saldo bieżącego okresu	51 972	—
Pożyczki konsumenckie – saldo poprzedniego okresu	—	—
Całkowita zmiana	51 972	—

Zmiana stanu zobowiązań handlowych i pozostałych	31.12.2020	31.12.2019
Zobowiązania – saldo bieżącego okresu	557 629	349 161
Zobowiązania – saldo poprzedniego okresu	(349 161)	(211 604)
Salda nabyte przy połączeniu jednostek – eBilet	—	(22 779)
Salda nabyte przy połączeniu jednostek – OpenNet	(264)	—
Podatek dochodowy rozliczony z VAT	—	6 530
Niezapłacony zakup środków trwałych, wartości niematerialnych i prawnych i innych	2 852	(488)
Pozostałe	(100)	135
Całkowita zmiana	210 956	120 955

Zmiana stanu zobowiązań wobec pracowników	31.12.2020	31.12.2019
Zobowiązania wobec pracowników – saldo bieżącego okresu	154 298	82 176
Zobowiązania wobec pracowników – saldo poprzedniego okresu	(82 176)	(36 650)
Zysk aktuarialny/(strata)	(938)	—
Salda nabyte przy połączeniu jednostek – eBilet	—	(822)
Całkowita zmiana	71 184	44 704

RYZYKA

30. 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. Wynikają one 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.

W 2020 r. Jednostka Dominująca zmieniła walutę funkcjonalną z EUR na PLN. Decyzja została zatwierdzona uchwałą przyjętą przez nadzwyczajne walne zgromadzenie akcjonariuszy w dniu 29 września 2020 r. Grupa prowadzi działalność głównie w Polsce, a złoty polski jest walutą, w której Grupa generuje i wydaje większość środków pieniężnych. Dodatkowo w dniu 12 października 2020 r. akcje Grupy zadebiutowały na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

Pojawienie się koronawirusa (COVID-19) w Polsce i na całym świecie zostało potwierdzone na początku 2020 roku. Pandemia miała pozytywny wpływ na przychody osiągane przez spółki w sektorze e-commerce oraz negatywny na dystrybucję biletów online. Grupa wdrożyła szereg programów pomocowych dla swoich Sprzedających i Kupujących. Grupa oceniła wpływ COVID-19 na działalność Grupy i na wyniki przedstawione w niniejszym Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym. Grupa przeprowadziła analizę pod kątem oczekiwanych strat kredytowych oraz utraty wartości firmy.

Poniżej omówione zostały szacunki i osądy księgowe, co do których istnieje znaczące ryzyko spowodowania istotnych korekt wartości bilansowej aktywów i zobowiązań w trakcie kolejnego roku obrotowego.

30.1. Szacowana utrata wartości firmy

Wartość firmy powstaje w związku z połączeniem jednostek gospodarczych i nie podlega amortyzacji, lecz corocznie jest poddawana testom pod kątem możliwej utraty wartości, lub części, jeżeli występują przesłanki utraty wartości. W celu przeprowadzenia testu na utratę wartości, wartość firmy jest alokowana do ośrodków wypracowujących środki pieniężne, które według oczekiwań będą czerpać korzyści z synergii wynikających z połączenia jednostek.

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 2020 r. i 31 grudnia 2019 r. Przy określaniu wartości odzyskiwalnej ośrodka wypracowującego środki pieniężne Grupa użyła wartość użytkową oszacowaną za pomocą metody zdyskontowanych przepływów pieniężnych na podstawie pięcioletniego planu z wartością końcową.

Wartość firmy rozpoznana przez Grupę i wykazana w sprawozdaniu z sytuacji finansowej powstała w wyniku nabycia udziałów Grupy Allegro sp. z o.o. przez Allegro.pl sp. z o.o., Ceneo sp. z o.o. przez Ceneo.pl sp. z o.o., eBilet Polska sp. z o.o. oraz OpenNet sp. z o.o. Na dzień 31 grudnia 2020 wyniosła 8 639 249 PLN. Więcej informacji o wartości firmy znajduje się w nocie 5.

Wartość firmy powstała w wyniku przejęcia Grupy Allegro sp. z o.o. wynosi 8 140 604 PLN, Ceneo sp. z o.o. – 441 801 PLN, eBilet Polska sp. z o.o. – 48 937 PLN oraz OpenNet Sp. z o.o. – 7 907 PLN. Wartość firmy w kwocie 8 639 249 PLN wynika z wysokiej rentowności nabytych przedsiębiorstw oraz oczekiwanych przyszłych korzyści w formie szacowanych przepływów pieniężnych przejętych spółek, tj. Grupy

Allegro, Ceneo, eBilet oraz OpenNet. Żadna część rozpoznanej wartości firmy nie będzie podlegała odliczeniu dla celów podatku dochodowego.

Grupa oceniła, że dla celów przeprowadzanych testów na utratę wartości (w tym testów na utratę wartości wartości firmy z przejęć każdego tych podmiotów), Allegro, Ceneo, eBilet i OpenNet są różnymi i odrębnymi ośrodkami wypracowującymi środki pieniężne, i przeprowadziła analizę utraty wartości aktywów na koniec roku zakończony 31 grudnia 2020 i 31 grudnia 2019.

Wartość odzyskiwalną ośrodka wypracowującego środki pieniężne ustalono na podstawie wyliczeń wartości użytkowej. W kalkulacji zastosowano projekcję przepływów środków pieniężnych przed opodatkowaniem na podstawie wyników z przeszłości oraz oczekiwań Kierownictwa co do rozwoju rynku w okresie następnym pięciu lat. Wyniki testów dla wszystkich czterech ośrodków wypracowujących środki pieniężne nie wykazały utraty wartości.

Projekcje przepływów środków pieniężnych użyte przez Grupę do wyliczenia wartości użytkowej sporządzane są na podstawie budżetów 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 obszar zwrotów. Grupa planuje poprawiać funkcje i usługi o wartość dodaną, w tym pożyczki, aby zwiększać akwizycję i zaangażowanie klientów. Niższe założenia dotyczące wzrostu przychodów oraz marży EBITDA,

zastosowane przez Grupę w 2020 r. w porównaniu do 2019 r. stanowią odzwierciedlenie zmiany założeń, aby mniej opierać się na niskomargowych przychodach detalicznych, w celu zapewnienia odpowiednich cen i asortymentu, niż to zakładano w roku poprzednim.

Zarząd zwrócił uwagę, że na wartość odzyskiwalną ośrodka wypracującego środki pieniężne eBilet mogło wpłynąć zakłócenie działalności spowodowane COVID-19, ponieważ przychody spadły o kwotę

20 498 PLN w 2020 r. w porównaniu z 2019 r. Przeprowadzono test utraty wartości firmy i obliczono wartość użytkową, zakładając poważne zakłócenia w organizacji imprez zbiorowych w 2021 roku, a następnie silną odbudowę rynku. Zarząd stwierdził, że nie występuje ryzyko utraty wartości, pod warunkiem, że poważne zakłócenia w organizacji imprez wynikające z COVID-19 nie będą trwały do 2022 roku oraz w średnim okresie.

Kluczowe założenia zastosowane do obliczenia wartości odzyskiwalnej były następujące:

Allegro	31.12.2020	31.12.2019
Średnioroczna stopa wzrostu przychodów w okresie prognozy	25,12%	33,65%
Średni roczny wzrost/(spadek) dynamiki wzrostu EBITDA w okresie prognozy	(0,73 pp)	(4,55 pp)
Stopa wzrostu poza okresem prognozy (wraz z inflacją)	2,50%	2,50%
Stopa dyskonta (przed opodatkowaniem)	10,30%	10,30%

Ceneo	31.12.2020	31.12.2019
Średnioroczna stopa wzrostu przychodów w okresie prognozy	25,04%	21,48%
Średni roczny wzrost/(spadek) dynamiki wzrostu EBITDA w okresie prognozy	1,18 pp	(0,67 pp)
Stopa wzrostu poza okresem prognozy (wraz z inflacją)	2,50%	2,50%
Stopa dyskonta (przed opodatkowaniem)	10,30%	10,30%

eBilet	31.12.2020	31.12.2019
Średnioroczna stopa wzrostu przychodów w okresie prognozy	54,69%	20,13%
Średni roczny wzrost/(spadek) dynamiki wzrostu EBITDA w okresie prognozy	23,46 pp	(2,10 pp)
Stopa wzrostu poza okresem prognozy (wraz z inflacją)	2,50%	2,50%
Stopa dyskonta (przed opodatkowaniem)	11,00%	10,30%

OpenNet	31.12.2020	31.12.2019
Średnioroczna stopa wzrostu przychodów w okresie prognozy	50,29%	b,d,
Średni roczny wzrost/(spadek) dynamiki wzrostu EBITDA w okresie prognozy	(0,38 pp)	b,d,
Stopa wzrostu poza okresem prognozy (wraz z inflacją)	2,50%	b,d,
Stopa dyskonta (przed opodatkowaniem)	10,30%	b,d,

Przyszłe przepływy pieniężne netto ośrodka wypracującego 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:

Allegro	31.12.2020	31.12.2019
Spadek stopy wzrostu (CAGR) przychodów o:	3,80 pp	2,50 pp
Spadek rocznej marży EBITDA o:	13,78 pp	6,21 pp
Spadek krańcowej stopy wzrostu o:	14,73 pp	7,90 pp
Wzrost stopy dyskonta przed opodatkowaniem o:	8,55 pp	5,10 pp

Ceneo	31.12.2020	31.12.2019
Spadek stopy wzrostu (CAGR) przychodów o:	10,19 pp	10,31 pp
Spadek rocznej marży EBITDA o:	32,17 pp	7,29 pp
Spadek krańcowej stopy wzrostu o:	n/a*	128,00 pp
Wzrost stopy dyskonta przed opodatkowaniem o:	31,30 pp	22,70 pp

* każda potencjalna zmiana stopy wzrostu nie ma zmiany na wynik testu na utratę wartości

eBilet	31.12.2020	31.12.2019
Spadek stopy wzrostu (CAGR) przychodów o:	3,60 pp	8,30 pp
Spadek rocznej marży EBITDA o:	19,77 pp	7,62 pp
Spadek krańcowej stopy wzrostu o:	10,63 pp	36,50 pp
Wzrost stopy dyskonta przed opodatkowaniem o:	6,38 pp	14,30 pp

OpenNet	31.12.2020	31.12.2019
Spadek stopy wzrostu (CAGR) przychodów o:	6,29 pp	b,d,
Spadek rocznej marży EBITDA o:	28,33 pp	b,d,
Spadek krańcowej stopy wzrostu o:	b,d,*	b,d,
Wzrost stopy dyskonta przed opodatkowaniem o:	313,26 pp	b,d,

* każda potencjalna zmiana stopy wzrostu nie ma zmiany na wynik testu na utratę wartości

Według Kierownictwa nie występują uprawdopodobnione przesłanki, mogące spowodować osiągnięcie wyników biznesowych podobnych lub gorszych, niż te pokazane w analizie wrażliwości dla ośrodków

wypracowujących środki pieniężne na dzień 31 grudnia 2020 r. oraz na 31 grudnia 2019 r., skutkujących istotną utratą wartości.

30.2. Bieżący i odroczony podatek dochodowy

Podatek dochodowy od osób prawnych w okresie sprawozdawczym obejmuje podatek bieżący i podatek odroczony. Bieżący podatek dochodowy wyliczany jest na podstawie dochodu do opodatkowania (podstawy opodatkowania) za dany rok obrotowy według obowiązującej stawki podatkowej na podstawie przepisów podatkowych.

Grupa zobowiązana jest ocenić prawdopodobieństwo realizacji aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego. W procesie powyższej oceny przyjmowany jest szereg założeń dotyczących określania wartości aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego. Powyższe szacunki uwzględniają prognozy podatkowe, historyczne wartości obciążeń podatkowych, bieżące dostępne strategie oraz terminy dotyczące planowania działalności operacyjnej Grupy, a także prawdopodobieństwo realizacji poszczególnych różnic przejściowych.

30.3. Odpis aktualizujący wartość należności

Odpisu aktualizującego dokonuje się według modelu utraty wartości opartego o koncepcję oczekiwanych strat kredytowych. Stratę rozpoznaje się już na moment ujęcia należności, według wskaźnika

niespłaconych należności szacowanego dla każdej jednorodnej grupy klientów i na podstawie wiekowania należności dla danej jednorodnej grupy. Stopy niewykonania zobowiązań obliczane są dla odrębnych, jednorodnych grup klientów na podstawie danych historycznych z poprzednich 48 miesięcy. Dodatkowo Grupa oblicza indywidualne odpisy na należności, dla których stwierdzono przesłanki utraty wartości.

Szczegółowe informacje na temat dokonanych odpisów aktualizujących wartość należności zostały przedstawione w notcie 31.2.

30.4. Amortyzacja wartości niematerialnych i prawnych

Wysokość stawek amortyzacyjnych ustalana jest na podstawie przewidywanego okresu ekonomicznej użyteczności składników wartości niematerialnych i prawnych. Grupa corocznie dokonuje weryfikacji przyjętych okresów ekonomicznej użyteczności na podstawie bieżących szacunków. W przypadku zmiany oceny okresów ekonomicznej użyteczności, jej efekt jest ujmowany jako efekt zmiany szacunków księgowych.

Analiza wrażliwości amortyzacji znaczących wartości niematerialnych i prawnych została przedstawiona poniżej:

Analiza wrażliwości okresu amortyzacji istotnych wartości niematerialnych i prawnych	zmiana okresu: krótszy o 5 lat	zmiana okresu: dłuższy o 5 lat
Relacje z klientami	(48 542)	29 125
Znaki towarowe i domeny	(50 452)	25 226
Oprogramowanie	(104 199)	34 733
Wpływ na zysk/(stratę)	(203 193)	89 084

W 2020 r. Grupa zweryfikowała stawki amortyzacji i zdecydowała się na zmianę szacunków w zakresie amortyzacji kosztów rozwojowych. Każdy projekt analizowany jest osobno, a okres ekonomicznej użyteczności niektórych projektów został wydłużony o 3 lata, stąd po weryfikacji okres ekonomicznej użyteczności wynosi od 4 do 7 lat w porównaniu z wcześniejszym 4-letnim okresem. Spowodowało to zmniejszenie odpisu amortyzacyjnego o 10 428 PLN w 2020 r.

31. 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	Zarządzanie
Ryzyko rynkowe – stopa procentowa	Długoterminowe kredyty i pożyczki o zmiennym oprocentowaniu Depozyty gotówkowe – stałe oprocentowanie Pożyczki konsumenckie – stałe oprocentowanie	Analiza wrażliwości	Instrumenty zabezpieczające typu swap, depozyty gotówkowe
Ryzyko rynkowe – kurs walutowy	Przyszłe transakcje handlowe Ujęte aktywa i zobowiązania finansowe nie denominowane w PLN	Prognozowanie przepływów pieniężnych Analiza wrażliwości	Brak zabezpieczenia
Ryzyko kredytowe	Środki pieniężne i ich ekwiwalenty Należności Pożyczki konsumenckie	Ratingi kredytowe Analiza wiekowa	Dywersyfikacja lokat bankowych, limitów kredytowych i akredytyw
Ryzyko płynności	Kredyty i pożyczki i inne zobowiązania	Kroczące prognozy przepływów pieniężnych	Dostępność przyznanych linii kredytowych

31.1. Ryzyko rynkowe

Ryzyko zmian przepływów pieniężnych w wyniku zmian stóp procentowych

Kredyty i pożyczki o zmiennym oprocentowaniu narażają Grupę na ryzyko zmiany przepływów pieniężnych. Grupa na bieżąco ocenia narażenie na ryzyko zmiany stóp procentowych. Ryzyko to jest częściowo niwelowane przez depozyty środków pieniężnych o zmiennym oprocentowaniu oraz przez kontrakty swap dotyczące stóp procentowych („IRS”).

W styczniu 2017 r. Grupa zawarła pierwszy kontrakt IRS zabezpieczający kwotę 1 225 000 PLN po stałej stopie WIBOR 3M 2,305%, z terminem zapadalności 30 kwietnia 2020 r.

W lipcu 2018 r. Grupa zwiększyła zabezpieczoną pozycję do 50% swojego zadłużenia brutto o zmiennej stopie procentowej, w celu zabezpieczenia przyszłych przepływów pieniężnych. Drugi kontrakt zabezpiecza kwotę 1 131 250 PLN po stałej stopie WIBOR 3M 2,411%, z terminem zapadalności 30 lipca 2022 r.

W tym czasie Grupa ustaliła, że do swoich kontraktów IRS będzie stosować rachunkowość zabezpieczeń i będzie realizować politykę zabezpieczania na poziomie 50% ryzyka zmiennych stóp procentowych przez przynajmniej 49 następnym miesiący.

W sierpniu 2019 r. Grupa zawarła kolejny kontrakt IRS, zamieniając zmienne stopy procentowe na stałe dla środków pożyczonych przez Grupę w wysokości od 976 098 PLN do 1 005 357 PLN, na okres trwania IRS z ostatecznym terminem zapadalności 30 czerwca 2022 r., oraz stałą stopę WIBOR 3M.

W dniach 26 i 29 czerwca 2020 r. Grupa zawarła transakcje zabezpieczające skutkujące zamianą zmiennych stóp procentowych na stałe o wartości nominalnej 2 000 000 PLN na potrzeby płatności odsetek należnych w okresie od 30 czerwca 2022 r. do 30 czerwca 2024 r. Transakcje te przedłużyły zabezpieczenie przepływów środków pieniężnych przed ryzykiem zmiennej stopy procentowej kredytów i pożyczek o dwa lata, do 30 czerwca 2024 r.

W grudniu 2020 r. Grupa zawarła dodatkowy kontrakt swap dotyczący zabezpieczenia zmiennej stopy procentowej, zamieniając ekspozycję z tytułu zmiennej stopy procentowej na zobowiązania o stałej stopie procentowej dla kredytów i pożyczek Grupy o wartości 750 000 PLN. Zobowiązanie IRS wchodzi w życie 30 czerwca 2022 r. i kończy się w dniu 30 czerwca 2024 r.

W związku z transakcją refinansowania opisaną w nocie 21, kierownictwo rozważyło, czy należy kontynuować stosowanie rachunkowości zabezpieczeń. W związku z tym że nowe kredyty mieszczą się w definicji wskazanej pozycji zabezpieczonej i mają charakterystykę podobną do poprzednich kredytów, rachunkowość zabezpieczeń jest kontynuowana po transakcji refinansowania. Wszystkie zabezpieczenia zostały wykorzystane w odniesieniu do nowego zadłużenia. Po refinansowaniu wskaźnik zabezpieczenia wzrósł do 56%, w związku z czym zmiana wartości godziwej instrumentów zabezpieczających, stanowiących różnicę pomiędzy aktualnym wskaźnikiem zabezpieczeń i wskaźnikiem zabezpieczeń określonym w polityce rachunkowości zabezpieczeń (50%) odnieszona jest proporcjonalnie do rachunku zysków lub strat, a nie do pozostałych całkowitych dochodów.

Przy wyznaczaniu wartości godziwej kontraktów swap stopy procentowej Grupa stosuje metodę wartości bieżącej przyszłych przepływów pieniężnych na podstawie obserwowanych krzywych dochodowości. Na dzień 31 grudnia 2020 r. 3-miesięczna stopa WIBOR (WIBOR 3M) spadła o 150 pb od 31 grudnia 2019 roku, powodując znaczny wzrost zobowiązań z tytułu instrumentów zabezpieczających stopę procentową.

Wrażliwość

Grupa dynamicznie ocenia swoją ekspozycję na ryzyko zmiennych stóp procentowych i szacuje, że jeżeli stopa procentowa zmieni się o 0,1 p.p., jej koszty finansowe z tytułu odsetek wzrosną/(spadną) o około 2 752 PLN rocznie.

zmiana stopy procentowej (p.p.)	Wpływ zmiany stopy procentowej na zysk/(stratę) na 31.12.2020					
	-0.3	-0.2	-0.1	0.1	0.2	0.3
Koszty odsetek	16 500	11 000	5 500	(5 500)	(11 000)	(16 500)
Koszty związane z kontraktami swap	(9 227)	(6 151)	(3 076)	3 076	6 151	9 227
Wpływ na zysk/(stratę)	7 273	4 849	2 424	(2 424)	(4 849)	(7 273)

zmiana stopy procentowej (p.p.)	Wpływ zmiany stopy procentowej na zysk/(stratę) na 31.12.2019					
	-0.3	-0.2	-0.1	0.1	0.2	0.3
Koszty odsetek	17 550	11 700	5 850	(5 850)	(11 700)	(17 550)
Koszty związane z kontraktami swap	(7 654)	(5 103)	(2 551)	2 551	5 103	7 654
Wpływ na zysk/(stratę)	9 896	6 597	3 299	(3 299)	(6 597)	(9 896)

Kontrakty swap zabezpieczające zmienną stopę procentową powodują narażenie Grupy na ryzyko wartości godziwej, niemniej nie ma wpływu na niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe, ponieważ pozycje te nie są wyceniane według wartości godziwej.

Ryzyko walutowe

Ryzyko walutowe powstaje w wyniku dokonywania przez Grupę sprzedaży lub zakupów w walutach innych niż jej waluta funkcjonalna, czyli PLN. Transakcje zawierane w walutach innych niż waluta funkcjonalna występują dość rzadko z uwagi na obecnie ograniczony zakres działalności transgranicznej, w związku z czym narażenie Grupy na ryzyko walutowe nie jest znaczące. Grupa nie stosowała rachunkowości zabezpieczeń w celu ograniczenia ryzyka walutowego w okresach sprawozdawczych objętych tym Skonsolidowanym Sprawozdaniem Finansowym.

31.2. Ryzyko kredytowe

Zarządzanie ryzykiem

Aktywami finansowymi, które charakteryzują się największą ekspozycją na ryzyko kredytowe są środki pieniężne, należności handlowe i pożyczki konsumenckie. W celu zminimalizowania tego ryzyka Grupa stosuje szczegółowe procedury weryfikacji oraz monitoringu sprzedających (klientów). Grupa korzysta z usług profesjonalnych firm windykacyjnych lub stosuje procedury windykacji we własnym zakresie. Na należności Grupy składają się należności od osób fizycznych oraz przedsiębiorstw. Należności charakteryzują się niską koncentracją. Nadwyżki środków pieniężnych lokowane są przez Grupę w bankach w formie lokat terminowych.

Nie występuje istotna koncentracja ryzyka kredytowego, czy to w kontekście ekspozycji wobec poszczególnych klientów, określonych sektorów gospodarki, czy regionów.

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
- środki pieniężne i ich ekwiwalenty

	31.12.2020	31.12.2019
Utrata wartości należności	38 213	22 350
Utrata wartości pożyczek konsumenckich	1 165	—
Odpisy netto z tytułu utraty wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów z klientami	39 378	22 350

Należności handlowe

Grupa stosuje uproszczone podejście do standardu MSSF 9 stosowanego do pomiaru oczekiwanych strat kredytowych, w którym występuje rezerwa na oczekiwaną stratę dla wszystkich należności handlowych i aktywów z tytułu umów z klientami. W celu ustalenia oczekiwanych strat kredytowych, należności handlowe i 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 2020 r. lub 31 grudnia 2019 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, skutkując wzrostem salda należności.

Na tej podstawie odpis aktualizujący na dzień 31 grudnia 2020 r. i 31 grudnia 2019 r. ustalono w następujący sposób zarówno dla należności handlowych jak i aktywów z tytułu umów z klientami:



On that basis, the loss allowance as at 31 December 2020 and 31 December 2019 was determined as follows for both trade receivables and contract assets:

Wiekowanie należności handlowych, netto	31.12.2020				31.12.2019			
	Przedsiębiorstwa	%	Osoby fizyczne	%	Przedsiębiorstwa	%	Osoby fizyczne	%
Nieprzeterminowane	486 139	83%	8 374	53%	305 379	83%	7 519	50%
Zaległe poniżej 3 miesięcy	91 895	16%	5 786	36%	61 266	17%	6 193	41%
Zaległe od 3 do 12 miesięcy	3 760	1%	1 457	9%	1 931	1%	1 154	8%
Zaległe od 1 do 3 lat	433	0%	238	2%	305	0%	227	2%
Razem	582 227	100%	15 855	100%	368 881	100%	15 093	100%

Wiekowanie należności na dzień 31.12.2020	Przedsiębiorstwa	Osoby fizyczne	Przedsiębiorstwa	Osoby fizyczne	Przedsiębiorstwa	Osoby fizyczne	Przedsiębiorstwa	Osoby fizyczne
	Należności handlowe, brutto		Utrata wartości należności handlowych		Prawdopodobieństwo braku spłaty należności		Należności handlowe, netto	
Nieprzeterminowane	489 070	8 704	(2 931)	(330)	1%	4%	486 139	8 374
Zaległe poniżej 3 miesięcy	95 979	6 629	(4 084)	(842)	4%	13%	91 895	5 786
Zaległe od 3 do 12 miesięcy	25 807	6 807	(22 047)	(5 350)	85%	79%	3 760	1 457
Zaległe od 1 do 3 lat	13 449	11 753	(13 016)	(11 515)	97%	98%	433	238
Razem	624 305	33 893	(42 078)	(18 037)			582 227	15 855

Wiekowanie należności na dzień 31.12.2019	Przedsiębiorstwa	Osoby fizyczne	Przedsiębiorstwa	Osoby fizyczne	Przedsiębiorstwa	Osoby fizyczne	Przedsiębiorstwa	Osoby fizyczne
	Należności handlowe, brutto		Utrata wartości należności handlowych		Prawdopodobieństwo braku spłaty należności		Należności handlowe, netto	
Krótkoterminowe	307 134	7 759	(1 755)	(240)	1%	3%	305 379	7 519
Zaległe poniżej 3 miesięcy	64 180	6 942	(2 915)	(749)	5%	11%	61 266	6 193
Zaległe od 3 do 12 miesięcy	12 965	5 168	(11 034)	(4 014)	85%	78%	1 931	1 154
Zaległe od 1 do 3 lat	10 012	10 300	(9 707)	(10 072)	97%	98%	305	228
Razem	394 291	30 169	(25 411)	(15 075)			368 881	15 094

Wartość bilansowa należności handlowych oraz pozostałych stanowi maksymalną ekspozycję na ryzyko kredytowe.

Środki pieniężne i ich ekwiwalenty

Choć środki pieniężne i ich ekwiwalenty również podlegają wymogom co do utraty wartości wynikającym z MSSF 9, to nie stwierdzono istotnej utraty wartości.

Odpis aktualizujący dla środków pieniężnych i ich ekwiwalentów ustalany jest indywidualnie dla każdego salda w danej instytucji finansowej. Do oceny ryzyka kredytowego wykorzystane zostały zewnętrzne ratingi kredytowe i publicznie dostępne informacje na temat wskaźników niewykonania zobowiązań dla poszczególnych ratingów agencji S&P Global Ratings (rating przedstawiony jest w nocie 20.1). Jako że na dzień bilansowy wszystkie salda środków pieniężnych mają niskie ryzyko kredytowe, Grupa zastosowała praktyczne rozwiązanie dostępne na podstawie MSSF 9 i wyliczyła odpisy aktualizujące na podstawie 12-miesięcznych oczekiwanych strat kredytowych. Rezultat kalkulacji odpisów aktualizujących okazał się nieistotny.

Całe saldo środków pieniężnych i ich ekwiwalentów zaklasyfikowane jest do 1 stopnia 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 stanowi maksymalną ekspozycję na ryzyko kredytowe.

Grupa posiada 38%, 32% i 25% swoich środków w bankach o ratingu odpowiednio: A, A+ i BBB. Grupa korzystała z ocen ratingowych agencji S&P Global Ratings.

Pożyczki konsumenckie

Rezerwa na odpis aktualizujący dotyczy oczekiwanych strat kredytowych („ECL”), o którym mowa w MSSF 9, co wymaga oszacowania oczekiwanej straty niezależnie od tego, czy występują jakiegokolwiek przesłanki utraty wartości.

W zależności od czynników ryzyka związanych z każdą pożyczką, pożyczki grupowane są według 3-stopniowej skali zgodnie z ich poziomem ryzyka, gdzie stopień 3 oznacza ryzyko najwyższe. MSSF 9 wymaga ujmowania strat kredytowych wynikających z niewykonania zobowiązania, które są oczekiwane w terminie 12 miesięcy:

- jeżeli nie nastąpił istotny wzrost ryzyka kredytowego od momentu początkowego ujęcia (stopień 1), oraz
- w przypadku których nastąpił znaczny wzrost ryzyka kredytowego od momentu początkowego ujęcia (stopień 2), lub
- które są dotknięte utratą wartości (stopień 3).

Znaczny wzrost ryzyka kredytowego („SICR”) weryfikowany jest na podstawie prawdopodobieństwa niewykonania zobowiązania, które zmienia się w odniesieniu do daty udzielenia pożyczki.

Spółka uznaje, że nastąpił znaczny wzrost ryzyka kredytowego gdy składnik aktywa jest przeterminowany o ponad 30 dni. Instrumenty finansowe przenoszone są z powrotem do poziomu 1 jeżeli nie spełniają już kryteriów znacznego wzrostu ryzyka kredytowego. Według definicji spółki instrument finansowy obciążony jest niewykonaniem zobowiązania jeżeli konsument ma ponad 90 dni opóźnienia (poziom 3). Więcej informacji w nocie 27.

Oczekiwana strata kredytowa dla pożyczek konsumenckich wyliczana jest przy zastosowaniu trzech głównych składowych:

- prawdopodobieństwo niewykonania zobowiązania („PD”),
- strata w przypadku niewykonania zobowiązania („LGD”), oraz
- wartość ekspozycji w momencie niewykonania zobowiązania („EAD”).

Gdzie:

Prawdopodobieństwo niewykonania zobowiązania – określa prawdopodobieństwo, że dłużnik nie będzie w stanie spełnić obowiązku w ciągu jednego roku (przy wykorzystaniu rozwiązania dozwolonego w MSSF 9).

Strata w przypadku niewykonania zobowiązania – procentowa strata względem całego zaangażowania w przypadku, gdy dłużnik popada w niewykonanie zobowiązania.

Wartość ekspozycji w momencie niewykonania zobowiązania – odzwierciedla szacowaną wysokość zaangażowania kredytowego.

Ze względu na krótkoterminowy charakter pożyczek konsumenckich, ich wartość godziwa jest uznawana za odpowiadającą jej wartości bilansowej. Wartość bilansowa pożyczek konsumenckich stanowi maksymalną ekspozycję na ryzyko kredytowe.

Jakość portfela objętego modelem ratingowym:

Ryzyko kredytowe zaangażowania wg ratingów na dzień 31.12.2020	Pożyczki konsumenckie, brutto	Utrata wartości pożyczek konsumenckich	Pożyczki konsumenckie, netto
A	—	—	—
B	434	(9)	425
C	3 497	(74)	3 423
D	17 294	(370)	16 924
E	19 130	(407)	18 723
F	10 290	(217)	10 073
G	2 445	(52)	2 393
H	12	(1)	11
Pożyczki konsumenckie na dzień 31.12.2020	53 102	(1 130)	51 972

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.

31.3. 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. Grupa miała również dostęp do rewolwingowej linii kredytowej w wysokości 340 000 PLN w 2019 r., która wzrosła do 500 000 PLN w 2020 r., chociaż nie została wykorzystana i pozostaje w pełni dostępna na dzień podpisania niniejszego sprawozdania finansowego. W dniu 18 stycznia 2017 r., w momencie zmiany właściciela Grupy, zaciągnięte zostały pożyczki na spłatę zobowiązań wobec podmiotów powiązanych z poprzedniej Grupy Kapitałowej oraz na zakup praw własności intelektualnej, w tym domen, znaków towarowych oraz oprogramowania. W maju 2019 r. saldo pożyczek zostało zwiększone w celu częściowego sfinansowania zwrotu kapitału zakładowego do udziałowców najwyższego szczebla. W związku z IPO Grupy w październiku 2020 r., dźwignia finansowa została zmniejszona, a kapitał

zwiększony z wpływów z pierwotnej emisji akcji. W efekcie na dzień 31 grudnia 2020 r. pozostające do spłaty zadłużenie bankowe Grupy wynosiło 5 500 000 PLN (w kwotach nominalnych). Z uwagi na:

- generowanie dodatnich przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej,
- długoterminowy charakter kredytów i pożyczek,
- saldo posiadanych środków pieniężnych,
- bieżącą oraz długoterminową analizę przepływów pieniężnych.

Kierownictwo jest zdania, że ryzyko utraty płynności dla Grupy w okresie najbliższych 12 miesięcy jest minimalne.

Zobowiązania według terminu zapadalności na podstawie niezdyktowanych płatności

Stan na 31.12.2020	Zobowiązania handlowe i z tytułu zwrotów	Pożyczki	Odsetki od pożyczek	Zobowiązania leasingowe	Zobowiązania związane z połączeniem jednostek gospodarczych	Pozostałe zobowiązania finansowe	Razem
Poniżej 3 miesięcy	393 307	—	33 362	7 170	—	—	433 839
Od 3 do 12 miesięcy	—	—	101 938	20 737	—	—	122 675
Od 1 roku do 5 lat	—	5 500 000	406 271	70 899	3 893	97 298	6 078 361
Razem	393 307	5 500 000	541 571	98 806	3 893	97 298	6 634 875

Stan na 31.12.2019	Zobowiązania handlowe i z tytułu zwrotów	Pożyczki	Odsetki od pożyczek	Zobowiązania leasingowe	Zobowiązania związane z połączeniem jednostek gospodarczych	Pozostałe zobowiązania finansowe	Razem
Poniżej 3 miesięcy	238 305	172 483	91 593	7 197	—	2 032	511 610
Od 3 do 12 miesięcy	—	163 258	258 907	21 588	43 210	—	486 963
Od 1 roku do 5 lat	—	6 151 732	1 025 271	62 577	—	36 893	7 276 473
Razem	238 305	6 487 473	1 375 771	91 362	43 210	38 925	8 275 046

32. 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, w tym wypłatę dywidendy.

Grupa zarządza strukturą kapitałową i modyfikuje ją reagując na zmiany warunków ekonomicznych. W celu utrzymania lub skorygowania struktury kapitałowej, Grupa może zwrócić kapitał akcjonariuszom lub wyemitować nowe akcje.

Na podstawie umów kredytowych „Senior Term and Revolving Facilities Agreement” oraz „Second Lien Facility Agreement” zawartych przez podmioty z grupy Adinan Bondco w dniu 17 stycznia 2017 r. i zmienionych w dniu 17 maja 2019 r., Grupa zobowiązana była do utrzymywania wartości wskaźników finansowych określonych jako Consolidated Senior Net Debt oraz Consolidated Senior Secured Net Debt na poziomie nie wyższym niż wskazany w Umowach.

Na koniec 2019 roku Grupa spełniała wymagania w zakresie tych wskaźników.

Zgodnie z umowami kredytowymi podpisanymi przez Adinan Midco, spółki wchodzącej w skład Grupy, w dniu 29 września 2020 roku, Grupa zobowiązana jest zapewnić, że wskaźnik łącznej Dźwigni Finansowej Netto nie przekroczy wskaźnika określonego w umowie. Jako że pierwsza data badania tego kowenantu przypada na 30 czerwca 2021 r., Grupa nie była zobowiązana do testowania kowenantów na koniec 2020 roku, niemniej przy uwzględnieniu wartości z 31.12.2020 Grupa osiągnęłaby wymagany poziom wskaźnika jeżeli byłby on wymagany w dniu bilansowym.

Wskaźniki zadłużenia netto do kapitału własnego na dzień 31 grudnia 2020 and 31 grudnia 2019 r. przedstawiały się następująco:

	31.12.2020	31.12.2019
Kredyty i pożyczki	(5 437 800)	(6 336 916)
Zobowiązania leasingowe	(73 266)	(85 538)
Środki pieniężne	1 185 060	403 877
Zadłużenie netto	(4 326 006)	(6 018 577)
Kapitał własny razem	8 089 596	6 683 642
Wskaźnik zadłużenia netto do kapitału własnego	53%	90%

POZYCJE POZABILANSOWE

33. Zobowiązania warunkowe

33.1. Gwarancje udzielone podmiotom spoza Grupy

Grupa posiada gwarancje zabezpieczające zawarte umowy leasingowe w wysokości 20 000 PLN na dzień 31 grudnia 2020 r. oraz 8 769 PLN na dzień 31 grudnia 2019 r.

33.2. Inne

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania finansowego Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów („UOKiK”) prowadził trzy odrębne postępowania dotyczące Allegro opisane poniżej:

W dniu 6 grudnia 2019 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wszczął postępowanie konkurencyjne przeciwko Allegro.pl, oskarżając Allegro o naruszenie prawa antymonopolowego faworyzując własną działalność sprzedażową na swojej platformie w stosunku do działalności sprzedażowej innych sprzedających.

W dniu 3 września 2020 r. Prezes UOKiK oświadczył w komunikacie prasowym, że wszczął postępowanie wyjaśniające dotyczące zasad współpracy między Allegro.pl a sprzedawcami (klientami), aby ustalić, czy Allegro.pl czerpie nieuzasadnione korzyści kosztem swoich klientów. Postępowanie wyjaśniające jest wstępnym krokiem, który nie musi prowadzić do wszczęcia formalnego postępowania przeciwko Allegro.pl.

W dniu 15 września 2020 r. Grupa otrzymała formalne powiadomienie, że zgodnie z Ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów, w dniu 9 września 2020 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wszczął postępowanie wyjaśniające przeciwko Allegro.pl w celu zbadania, czy postanowienia pozwalające Allegro na zmianę warunków (jedno w regulaminie ogólnym i jedno w regulaminie Allegro SMART!) są klauzulami niedozwolonymi w umowach standardowych z klientami. W dniu 15 września 2020 r. otrzymało także wniosek o udzielenie informacji w tym postępowaniu. Allegro.pl spodziewa się otrzymać w przyszłości kolejne wnioski o uzupełnienie informacji od Prezesa UOKiK.

Jeżeli Prezes UOKiK uzna którąkolwiek z tych klauzul za niedozwoloną, to może wydać decyzję zakazującą stosowania takiej klauzuli w umowie standardowej, jednocześnie nakładając karę pieniężną lub wstrzymując się od jej nałożenia. Może także zażądać od Grupy naprawienia skutków ewentualnego naruszenia. Jeżeli nałożona ma być kara pieniężna, to zgodnie

z Ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów może ona wynieść do 10% obrotów Allegro.pl w roku obrotowym poprzedzającym decyzję, za każdą klauzulę uznaną za niedozwoloną. Jeżeli podczas postępowania wyjaśniającego Allegro.pl podejmie zobowiązania pozwalające na usunięcie zarzucanego naruszenia, w szczególności do zmiany klauzul kwestionowanych przez Prezesa UOKiK oraz/lub do usunięcia skutków naruszenia, to postępowanie może zakończyć się wydaniem decyzji zobowiązującej bez nakładania kary.

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania finansowego UOKiK nie obciążył Allegro.pl żadnymi konkretnymi zarzutami. Nie została utworzona rezerwa, ponieważ zdaniem Grupy wypłata ewentualnej kary nie jest prawdopodobna.

Zdaniem Kierownictwa żadne z postanowień będących przedmiotem postępowania nie jest niedozwolone i ma zamiar w pełni współpracować z UOKiK. Ponieważ nie zostały podniesione żadne konkretne zarzuty, nie można ocenić prawdopodobieństwa udanej obrony w postępowaniu lub oszacowania wysokości ewentualnej kary jeżeli obrona taka nie powiedzie się.

33.3. Zasady rachunkowości

Zgodnie z zasadami rachunkowości stosowanymi przez Grupę i określonymi w MSR 37 “Rezerwy, zobowiązania warunkowe i aktywa warunkowe”, zobowiązania warunkowe są rozumiane jako:

- możliwe zobowiązania, które powstaną na skutek zdarzeń przeszłych, których istnienie zostanie potwierdzone dopiero w momencie wystąpienia lub niewystąpienia niepewnych przyszłych zdarzeń, które nie w pełni podlegają kontroli Grupy, lub
- bieżące zobowiązania wynikające z przeszłych zdarzeń, ale ujawnione w sprawozdaniu finansowym, ponieważ:
 - jest mało prawdopodobne, że spełnienie się tego obowiązku doprowadzi do konieczności wypływu środków zawierających w sobie korzyści ekonomiczne, lub
 - kwoty zobowiązań nie można wiarygodnie oszacować.

Zobowiązania warunkowe nie są ujmowane w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym, ale informacje o nich są ujawniane w notach, chyba że prawdopodobieństwo wypływu środków zawierających w sobie korzyści ekonomiczne jest znikome.

34. Aktywa zastawione jako zabezpieczenie

Po przystąpieniu przez Grupę do umów „Senior Term and Revolving Facilities Agreement” oraz „Second Lien Facility Agreement” w 2017 r., ustanowione zostały zastawy i zabezpieczenia na aktywach Grupy.

W dniu 29 września 2020 r. Grupa zawarła nową umowę kredytową („New Facilities Agreement”), w związku z czym zastawy i zabezpieczenia powiązane z poprzednimi umowami kredytowymi zostały zwolnione i zastąpione następującymi:

- zastaw na akcjach Allegro.pl i Ceneo.pl, ujęty w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym jako aktywa netto w wysokości 8 994 272 PLN.
- Zastaw rejestrowy udzielony przez Allegro.pl oraz Ceneo.pl na kluczowych znakach towarowych będących własnością Allegro.pl oraz Ceneo.pl, wraz z pełnomocnictwem udzielonym na mocy prawa polskiego, na kluczową domenę internetową Allegro.pl oraz Ceneo.pl w kwocie 1 226 702 PLN (ujęte w kwocie powyżej)
- poddanie się egzekucji według prawa polskiego, złożone zarówno przez Allegro.pl, Ceneo.pl oraz Allegro.eu

35. Przyszłe zobowiązania umowne

35.1. Zobowiązania kapitałowe

Na dzień 31 grudnia 2020 r. przyszłe zobowiązania umowne Grupy dotyczące wydatków na wartości niematerialne i prawne nieujawnione w sprawozdaniu z sytuacji finansowej wyniosły 74 295 PLN i dotyczyły rozwoju oprogramowania. Zobowiązania umowne na dzień 31 grudnia 2019 r. wyniosły 24 335 PLN.

W 2020 r. Grupa zawarła różne umowy leasingowe na magazyny i biura, które nie zostały jeszcze ujęte jako zobowiązania leasingowe. Budynek cały czas są w budowie. Oczekiwane łączne zobowiązania związane z przyszłymi opłatami leasingowymi szacowane są na 333 582 PLN.

36. Zdarzenia po dacie bilansowej

Postępowanie wyjaśniające w sprawie stosowanej przez eBilet procedury zwrotu biletów w okresie pandemii COVID-19

W dniu 22 lutego 2021 r. Grupa otrzymała formalne zawiadomienie, że Prezes UOKiK wszczął postępowanie wyjaśniające w celu ustalenia, czy eBilet naruszył zbiorowe interesy konsumentów. W tym samym dokumencie Prezes UOKiK zawarł pytania do eBilet dotyczące przyjętej polityki zwrotu biletów podczas pandemii COVID-19, w szczególności proponowanie voucherów zamiast zwrotu gotówki.

Postępowanie wyjaśniające jest wstępnym krokiem, który nie musi prowadzić do wszczęcia formalnego postępowania przeciwko eBilet. Jeżeli Prezes UOKiK podejmie decyzję o dalszym badaniu kwestii objętych niniejszym postępowaniem wyjaśniającym, to musi wszcząć formalne postępowanie przeciwko eBilet. Jeżeli Prezes UOKiK postanowi, że postępowanie eBilet było bezprawne, wyda decyzję o naruszeniu z karą pieniężną lub bez takiej kary, oraz może także nakazać naprawę skutków naruszenia. Jeżeli nałożona ma być kara pieniężna, to zgodnie z Ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów może ona wynieść do 10% obrotów eBilet w roku obrotowym poprzedzającym decyzję o naruszeniu za każde naruszenie. Jeżeli podczas śledztwa eBilet zaproponuje odpowiednie zobowiązania do zakończenia zarzucanych naruszeń i/lub usunięcia ich skutków, to sprawa może zakończyć się zawarciem porozumienia z Prezesem UOKiK bez nakładania kary pieniężnej.



POZOSTAŁE INFORMACJE

37. Transakcje z podmiotami powiązаныmi

Transakcje z podmiotami powiązаныmi dotyczą rozliczeń z tytułu usług doradczych i zarządzania oraz udzielonych pożyczek. Wszystkie transakcje zostały zawarte na warunkach rynkowych. Transakcje z Black Pines Capital Partners dotyczą usług doradczych świadczonych przez Kluczowego Menedżera Grupy.

Grupa dokonała następujących transakcji z podmiotami powiązаныmi w okresie zakończonym 31 grudnia 2019 r. oraz 31 grudnia 2020 r.:

Podmiot powiązany	01.01 – 31.12.2020				As at 31.12.2020		
	Przychody	Koszty	Przychody finansowe	Koszty finansowe	Należności	Zobowiązania	Pożyczki udzielone
Akcjonariusz:							
Mepinan S.a r.l.	—	206	—	—	—	—	—
Cinven Partners LLP	—	1 013	—	—	—	—	—
Permira Advisers (London) Ltd	—	1 381	—	—	—	—	—
Kierownictwo:							
Pożyczki udzielone	—	—	927	—	—	—	—
BlackPines Capital Partners Ltd	—	4 785	—	—	—	—	—
Jednostki stowarzyszone:							
Alter Domus Luxembourg S.à r.l.	—	1 094	—	—	—	1 094	—
Polskie Badania Internetu sp. z o.o.	—	253	—	—	—	23	—
Fundacja Allegro All For Planet	31	1 950	—	—	7	—	—
Razem	31	10 681	927	—	7	1 117	—

Podmiot powiązany	01.01 – 31.12.2019				As at 31.12.2019		
	Przychody	Koszty	Przychody finansowe	Koszty finansowe	Należności	Zobowiązania	Pożyczki udzielone
Akcjonariusz:							
Mepinan S.a r.l.	—	362	—	—	—	—	—
Adiman SCSp	—	—	—	—	75	—	—
Cinven Partners LLP	—	1 934	—	—	—	—	—
Permira Advisers (London) Ltd	—	1 139	—	—	—	—	—
Kierownictwo:							
Pożyczki udzielone	—	—	371	—	—	—	8 360
BlackPines Capital Partners Ltd	—	6 004	—	—	—	—	—
Jednostki stowarzyszone:							
Polskie Badania Internetu sp. z o.o.	—	276	—	238	—	23	—
Fundacja Allegro All For Planet	—	1 404	—	—	—	—	—
Razem	—	11 119	371	238	75	23	8 360

38. Zatrudnienie

Tabela poniżej prezentuje liczbę pracowników na dzień sprawozdawczy 31 grudnia 2020 i 31 grudnia 2019:

	31.12.2020	31.12.2019
Liczba pracowników	3 159	2 479
Razem	3 159	2 479

Liczba pracowników obejmuje różne formy zatrudnienia: umowa o pracę, wykonawcy oraz osoby niebędące bezpośrednimi pracownikami (agencje pracy i firmy outsourcingowe).

39. Wynagrodzenie kadry kierowniczej

Na dzień bilansowy wynagrodzenie Kluczowej Kadry Kierowniczej podmiotów z Grupy obejmowało:

	31.12.2020	31.12.2019
Krótkoterminowe świadczenia pracownicze	22 360	14 070
Program inwestycyjny dla kierownictwa	8 943	4 331
Razem	31 303	18 401

Łączne wynagrodzenie Kluczowej Kadry Kierowniczej Grupy (Rady Dyrektorów i kluczowych członków wyższego kierownictwa) obejmowało: wynagrodzenia, świadczenia, koszty odpraw oraz premie za podpisanie umowy. Kluczowe kierownictwo Grupy obejmuje członków Rady Dyrektorów Jednostki Dominującej oraz członków Zarządów głównych spółek operacyjnych, Allegro.pl i Ceneo.pl.

Program inwestycyjny dla kierownictwa

Opis Programu inwestycyjnego dla kierownictwa

Program Inwestycyjny dla kierownictwa („MIP”) został stworzony przez Akcjonariuszy Najwyższego Szczebla Jednostki Dominującej, tj. Cinven, Permira i Mid Europa Partners, aby umożliwić Kierownictwu Grupy (Kluczowej Kadry Kierowniczej Grupy i innym wybranym menedżerom) wspólne inwestowanie w Grupę gdy była jeszcze podmiotem prywatnym. Program MIP przestał obowiązywać gdy Grupa stała się spółką publiczną w momencie jej wejścia na Giełdę Papierów Wartościowych w październiku 2020 r. Inwestycje Kierownictwa Grupy w program MIP zostały skonwertowane na nowe akcje zwykłe notowanej Jednostki Dominującej na podstawie wyceny powstałej przy procesie budowy księgi popytu podczas IPO, tj. 43 zł za 1 nową akcję zwykłą przy

łącznej kapitalizacji rynkowej 43 000 000 PLN (więcej w nocie 28 do Skonsolidowanego Zestawienia Zmian w Kapitale Własnym).

W ramach MIP Kierownictwo Grupy posiadało udziały pośrednio poprzez różne serie akcji w Adiman SCSp oraz bezpośrednio poprzez akcje serii C i D wyemitowane przez Adinan Super Topco S.à r.l. (obecnie Allegro.eu). Kierownictwo zapłaciło cenę odpowiadającą wartości godziwej wyemitowanych akcji z dnia ich przyznania, przy czym nadwyżka wartości godziwej nad nominalną została wpłacona jako agio emisyjne. Na dzień 31 grudnia 2020 r. wartość nominalna kapitału zakładowego będącego własnością kierownictwa wynosiła 638 PLN i była

podzielona na 63 793 701 akcji. Na dzień 31 grudnia 2019 r. wynosiła ona 5 295 PLN i była podzielona na 125 547 288 akcji.

Zgodnie z zasadami programu MIP, Kierownictwo otrzymało pożyczki na zakup udziałów. Łączna wartość pożyczek udzielonych na dzień 31 grudnia 2019 r. wyniosła 23 250 PLN, co pozwoliło sfinansować zakup 53 746 505 akcji. W 2020 r. nowi członkowie kierownictwa uczestniczący w MIP nabyli 4 583 620 dodatkowych akcji przy wykorzystaniu udzielonych pożyczek w łącznej kwocie 18 770 PLN. Część pożyczek została udzielona z niepełną odpowiedzialnością dłużnika, a część z pełną odpowiedzialnością. Liczba udziałów nabytych dzięki pożyczkom z niepełną odpowiedzialnością dłużnika wyniosła 34 490 833 na dzień 31 grudnia 2019 roku oraz 33 030 000 w dniu IPO. W dniu 29 września wszystkie istniejące udziały zostały skonwertowane na akcje (więcej informacji na ten temat w nocie 28).

W związku z powyższym w 2019 roku Kierownictwo było w posiadaniu 91 056 455 akcji, a także 34 490 833 akcji nabytych dzięki pożyczkom z niepełną odpowiedzialnością dłużnika. Po konwersji Kierownictwo było w posiadaniu łącznie 71 448 853 akcji (w tym 33 030 000 akcji nabytych dzięki pożyczkom z niepełną odpowiedzialnością dłużnika), z czego 7 655 152 akcji zostało sprzedanych w dniu IPO. Na dzień 31 grudnia 2020 roku Kierownictwo było w posiadaniu 63 793 701 akcji; wszystkie podlegały umowie o zakazie sprzedaży do października 2021 roku.

Celem Akcjonariuszy Najwyższego Szczebla było wyjście z inwestycji w nieokreślonym wcześniej terminie – poprzez IPO lub w inny sposób (np. sprzedaż Grupy). We wszystkich tych przypadkach Akcjonariusze Najwyższego Szczebla posiadali prawo przyłączenia się do zbycia (ang. tag along) oraz prawo żądania przyłączenia się do zbycia (ang. drag along) w stosunku do uczestników programu MIP posiadających udziały kapitałowe w Grupie Allegro.eu. W przypadku opuszczenia programu MIP przed wyjściem z inwestycji, osoba odchodząca mogła częściowo utracić prawo do niektórych elementów MIP, zależnie od przyczyny odejścia.

Kierownictwo było także uprawnione do udziału w tzw. „ratchet feature”, który polegał na tym, że jeśli w momencie wyjścia z inwestycji (w tym IPO) ostateczna kwota zwrotu dla Akcjonariuszy Naj-

wyższego Szczebla była przynajmniej trzykrotnie wyższa od ich inwestycji początkowej, to akcje serii B menedżerów uzyskiwały uprawnienie do otrzymania dodatkowej kwoty w wysokości 1% wpływów Akcjonariuszy Najwyższego Szczebla.

Na dzień 31 grudnia 2020 roku nie występowały już ani pożyczki z pełną i niepełną odpowiedzialnością dłużnika, ani „ratchet feature”, ponieważ program MIP został rozliczony i zakończony wraz z przeniesieniem 71 448 853 akcji zwykłych na rzecz kadry menedżerskiej w momencie restrukturyzacji kapitału zakładowego (patrz nota 28), z czego 7 655 152 akcji zostało sprzedanych podczas IPO.

Wpływ na rachunkowość Grupy

Zgodnie z MSSF 2 program MIP był księgowany po części jako płatności w formie akcji rozliczane w instrumentach kapitałowych.

Część pożyczek dla Kluczowej Kadry Kierowniczej Grupy stanowiły pożyczki z niepełną odpowiedzialnością dłużnika, co skutkowało powstaniem świadczenia zgodnie z MSSF 2 „Płatności na bazie akcji”. Pożyczki z niepełną odpowiedzialnością dłużnika, wraz z wyemitowanymi akcjami, uznawane są w MSSF 2 za opcje. Daje ona osobie otrzymującej pożyczkę możliwość, w momencie wyjścia z inwestycji, do niespłacania pożyczki w zamian za zrzeczenie się praw do akcji. Pierwotnie oczekiwany okres nabywania uprawnień na dzień przyznania opcji kończył się w czerwcu lub grudniu 2021 roku – te terminy stanowiły datę zapadalności opcji zakładaną na dzień jej przyznania. „Ratchet feature”, który przysługiwał Kluczowej Kadry Kierowniczej Grupy oraz innym wybranym członkom kierownictwa, także został wyceniony zgodnie z MSSF 2 w momencie uruchomienia MIP. Łącznie te dwa elementy MIP tworzyły program motywacyjny („Program”) w rozumieniu MSSF 2.

Świadczenia zostały wycenione w dniu ich przyznania i były rozliczane przez oczekiwany okres nabywania uprawnień, ujęte w kosztach pracowniczych równoległe zwiększały pozostałe kapitały rezerwowe. W wyniku IPO Program został zrealizowany wcześniej, niż pierwotnie zakładano. Łączna pozostała wartość Programu była ujmowana w Kosztach pracowniczych do daty wyjścia w październiku 2020 r.

Kwoty ujęte w pozycji koszty pracownicze wyniosły 52 191 PLN w 2020 r oraz 4 320 PLN w 2019 r. Zgodnie z MSSF 2 pożyczki z niepełną odpowiedzialnością dłużnika, nie są ujmowane jako pożyczki, dlatego wartości nominalne pożyczek z niepełną odpowiedzialnością dłużnika oraz odpowiadające im akcje zostały wyłączone z pozycji Pożyczki udzielone i Kapitał własny (tj. odpowiednio od kapitału zakładowego i kapitału zapasowego) w kwocie 15 971 PLN w 2019 roku (w 2020 roku wynosiły zero).

Program Motywacyjny Allegro ("Allegro Incentive Plan", "AIP")

W roku 2020 Grupa przyjęła Program Motywacyjny Allegro („AIP”). AIP jest programem uznaniowym, w ramach którego Komitet ds. Wynagrodzeń i Nominacji może, wedle własnego uznania, przyznawać pracownikom Grupy (w tym członkom Rady Dyrektorów) 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, 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 ds. Wynagrodzeń i Nominacji. Pierwsze nagrody w ramach programu AIP mają zostać przyznane w kwietniu 2021 roku. Po tym okresie, nagrody będą zwykle przyznawane w okresie sześciu tygodni po ogłoszeniu przez Emitenta wyników rocznych. Niemniej Komitet ds. Wynagrodzeń i Nominacji może wedle własnego uznania przyznawać nagrody także w innych terminach

W odniesieniu do PSU, prawa do jednostek nabywane są w trzecią rocznicę daty ich przyznania, o ile spełnione zostaną odpowiednie warunki dotyczące wyników oraz wszelkie inne warunki nabycia prawa do jednostek. W przypadku, gdy uczestnik PSU odchodzi, nabywa prawa do jednostek w trzech transzach: 25% w pierwszą rocznicę daty przyznania, 25% w drugą rocznicę daty przyznania, oraz 50%

w trzecią rocznicę daty przyznania. Prawa do jednostek RSU nabywane są w terminach analogicznych do PSU.

Program AIP został zatwierdzony przez walne zgromadzenie Grupy i jest zgodny z polityką wynagrodzeń Grupy. Dodatkowo, ponieważ Grupa pragnie wspierać koncepcję akcjonariatu pracowniczego, wszyscy pracownicy zatrudnieni przez Grupę w Dacie Debiutu (nie licząc uczestników programu MIP) otrzymali w ramach programu AIP darmową jednorazową nagrodę w formie Akcji o wartości 10 PLN, tj. 233 akcje dla każdego pracownika. Liczba akcji została wyliczona poprzez podzielenie 10 PLN przez cenę akcji w dniu IPO. Prawa do akcji zostały nabyte od razu w Dacie Debiutu, a akcje zostaną dostarczone w pierwszą rocznicę IPO, tj. 12 października 2021 r., niezależnie od tego, czy osoba otrzymująca wciąż będzie pracownikiem w tym terminie. Łączna kwota świadczenia wyniosła 25 428 PLN i została odniesiona na kapitał własny, z odpowiadającym jej zapisem w rachunku zysków i strat (pozycja „Koszty pracownicze brutto”).

Dla jednostek RSU data rozpoczęcia świadczenia usług jeszcze nie nastąpiła.

Świadczenie w postaci Ekwiwalentów akcji za wyniki („PSU”)

Świadczenie w postaci ekwiwalentów akcji za wyniki zostały stworzone dla kluczowych Dyrektorów Grupy. Program rozpocznie 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 EBITDA. Ostateczna liczba uzyskanych akcji zależy od realizacji tych wskaźników, i mieści się w zakresie od 0% do 200% warunkowo przyznanych akcji. Zysk uczestnika uzależniony jest zarówno od liczby ostatecznie przyznanych akcji, jak i od zmian ceny akcji w 3-letnim okresie. Cena akcji nie jest warunkiem premiowym. 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 ds. Wynagrodzeń i Nominacji anulowany.

Początkowo wartość celu indywidualnego w PLN dzielona jest przez cenę akcji, aby określić warunkową liczbę akcji otrzymanych po okresie rozliczeniowym. Po trzech latach ostateczna liczba akcji ustalana jest przez pomnożenie warunkowej liczby akcji przez wartość procentową realizacji celu (od 0% do 200%). Zysk dla uczestnika jest iloczynem liczby otrzymanych akcji oraz ceny akcji po trzech latach.

W dniu 18 grudnia 2020 r. kluczowi Dyrektorzy Grupy zostali poinformowani o szczegółowych zasadach programu PSU. Zgodnie z MSSF ta data uznawana jest za datę rozpoczęcia świadczenia usług, ponieważ od tego dnia Dyrektorzy mogą spodziewać się korzyści wynikających z przyszłego świadczenia. Grupa obliczyła wpływ programu na wynik netto w 2020 r.

i uznała, że nie jest on istotny. Wyliczenia zostały przeprowadzone na podstawie zasad programu AIP zatwierdzonych w październiku 2020 r. i potwierdzonych przez Komitet ds. Wynagrodzeń i Nominacji Rady Dyrektorów Grupy w dniu 17 grudnia 2020 r. Indywidualne cele zostały podzielone przez średnią ważoną cenę akcji liczoną od daty IPO, która wynosiła 80,6 PLN (PLN, nie tysięcy PLN) i pomnożone przez procent realizacji celu oraz cenę akcji w dniu rozpoczęcia świadczenia usług, tzn. 86,1 PLN (PLN, nie tysięcy PLN). Realizacja celu została wyliczona na podstawie najlepszych oczekiwań Grupy co do przyszłych wyników na poziomie 136%. Łączna wartość nagrody została oszacowana w kwocie 25 370 PLN.

40. Wynagrodzenie biegłego rewidenta

Poniższa tabela przedstawia wynagrodzenie netto PricewaterhouseCoopers należne za okres sprawozdawczy zakończony dnia 31 grudnia 2020 r. oraz 31 grudnia 2019 r. w podziale na rodzaje usług:

	31.12.2020	31.12.2019
Obowiązkowe badanie rocznego sprawozdania finansowego	1 498	931
Pozostałe usługi	4 929	34
Razem	6 427	965

Zatwierdzone przez Radę Dyrektorów i podpisane
w jej imieniu przez:

Darren Huston

Dyrektor

François Nuyts

Dyrektor