

# allegro

SKONSOLIDOWANY RAPORT ROCZNY  
GRUPY ALLEGRO.EU

za rok zakończony 31 grudnia 2021 r.



## SPIS TREŚCI

<b>LIST OD PREZESA</b>	<b>4</b>	<b>NOTY DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW</b>	<b>298</b>
<b>I. INFORMACJE OGÓLNE</b>	<b>7</b>	8. Informacje dotyczące segmentów działalności	<b>298</b>
1. Definicje	<b>8</b>	9. Przychody z umów z klientami	<b>302</b>
2. Wprowadzenie	<b>10</b>	10. Przychody finansowe i koszty finansowe	<b>312</b>
3. Stwierdzenia dotyczące przyszłości	<b>11</b>	11. Podatek dochodowy	<b>313</b>
4. Prezentacja informacji finansowych	<b>12</b>	12. Zysk przypadający na jedną akcję	<b>316</b>
<b>II. RAPORT Z DZIAŁALNOŚCI</b>	<b>17</b>	<b>NOTY DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA Z SYTUACJI FINANSOWEJ</b>	<b>318</b>
5. Wybrane skonsolidowane dane finansowe i operacyjne	<b>18</b>	13. Wartości niematerialne i prawne	<b>318</b>
6. Omówienie i analiza przez kierownictwo sytuacji finansowej i wyników działalności operacyjnej	<b>20</b>	14. Rzeczowe aktywa trwałe	<b>324</b>
7. Podsumowanie najważniejszych wydarzeń	<b>45</b>	15. Zapasy	<b>328</b>
8. Raport na temat wynagrodzeń	<b>54</b>	16. Należności handlowe oraz pozostałe należności	<b>329</b>
9. Oczekiwania dla Grupy w roku obrotowym 2022	<b>80</b>	17. Przedpłaty	<b>331</b>
10. Średnioterminowe oczekiwania Allegro na lata 2023–2026	<b>82</b>	18. Pożyczki konsumenckie	<b>332</b>
11. Aktualne trendy sprzedażowe	<b>84</b>	19. Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	<b>336</b>
<b>III. RAPORT NIEFINANSOWY</b>	<b>91</b>	20. Środki pieniężne o ograniczonej możliwości dysponowania	<b>336</b>
12. Model biznesowy, działalność operacyjna i ład korporacyjny	<b>92</b>	21. Kredyty i pożyczki	<b>337</b>
13. System zarządzania ryzykiem, czynniki ryzyka i kwestie regulacyjne	<b>120</b>	23. Podatek odroczony	<b>345</b>
14. Nasze podejście do odpowiedzialności środowiskowej, społecznej i zarządczej	<b>187</b>	24. Zobowiązania wobec pracowników	<b>349</b>
<b>IV. SPRAWOZDANIE FINANSOWE</b>	<b>265</b>	25. Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania	<b>354</b>
15. Oświadczenie o odpowiedzialności	<b>266</b>	26. Pochodne instrumenty finansowe	<b>355</b>
16. Audit Report	<b>268</b>	27. Aktywa i zobowiązania finansowe	<b>360</b>
17. Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe	<b>274</b>	<b>NOTA DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA ZE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM</b>	<b>362</b>
Skonsolidowane Sprawozdanie z całkowitych dochodów	<b>274</b>	28. Kapitał własny	<b>362</b>
Skonsolidowane Sprawozdanie z sytuacji finansowej	<b>276</b>	<b>NOTY DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH</b>	<b>370</b>
Skonsolidowane Sprawozdanie ze zmian w kapitale własnym	<b>278</b>	29. Informacje o przepływach pieniężnych	<b>370</b>
Skonsolidowane Sprawozdanie z przepływów pieniężnych	<b>280</b>	<b>RYZYKA</b>	<b>375</b>
<b>NOTY DO SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO</b>	<b>282</b>	30. Istotne szacunki i osądy księgowe	<b>375</b>
1. Informacje ogólne	<b>282</b>	31. Zarządzanie ryzykiem finansowym	<b>382</b>
2. Podstawa sporządzenia	<b>283</b>	32. Zarządzanie kapitałem	<b>392</b>
3. Podsumowanie istotnych zasad rachunkowości	<b>284</b>	<b>POZYCJE POZABILANSOWE</b>	<b>393</b>
4. Skład Rady Dyrektorów	<b>290</b>	33. Zobowiązania warunkowe	<b>393</b>
5. Połączenie jednostek gospodarczych	<b>292</b>	34. Aktywa zastawione jako zabezpieczenie	<b>395</b>
6. Struktura grupy	<b>296</b>	36. Zdarzenia po dacie bilansowej	<b>397</b>
7. Zatwierdzenie Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego	<b>297</b>	<b>POZOSTAŁE INFORMACJE</b>	<b>398</b>
		37. Transakcje z podmiotami powiązаныmi	<b>398</b>
		38. Zatrudnienie	<b>400</b>
		39. Wynagrodzenie kierownictwa	<b>401</b>
		40. Wynagrodzenie biegłego rewidenta	<b>403</b>

# Szanowni Akcjonariusze,

Skala rozwoju Allegro jest tak znacząca i tak wiele podwalin położyliśmy pod przyszły rozwój w ostatnim czasie, że wydaje się, iż minęła cała epoka, a nie tylko rok, odkąd miałem przyjemność pisać do Was poprzedni list jako prezes Allegro. Wracam dziś, by zdać Wam relację z sukcesów, które napawają nas prawdziwą dumą.

Innowacje dla klientów, które zapowiadaliśmy przy okazji debiutu na warszawskiej giełdzie, przynoszą pozytywne efekty, a nasza działalność staje się coraz bardziej zdyspersyfikowana. Wspierając sprzedawców w e-handlu, Allegro ugruntowało swoją pozycję jednego z motorów polskiej gospodarki, co doceniają klienci poszukujący najlepszej i najszerszej oferty. Nieustannie skupiamy się na ofercie, cenie i wygodzie zakupów, co pomogło nam stać się platformą dającą dostęp do ponad 250 mln ofert od 133 tys. sprzedawców, z których wielu to krajowe MŚP. Najlepszym weryfikatorem naszych działań są konsumenci, którzy doceniają nasze podejście – wyjątkowa oferta zwiększyła liczbę aktywnych kupujących na Allegro do 13,5 mln, co odpowiada prawie połowie internautów w Polsce. Chcemy dalej zwiększać skalę naszej działalności wykorzystując model oparty na zaufaniu konsumentów i sprzedawców.

W gronie ponad 1000 marek i firm, które w 2021 roku otworzyły sklepy na Allegro, znalazły się: marka Biedronki Dada, marka CCC Sprandi, Decathlon, Pepco i L'Oréal, a usprawniony proces onboardingu przełożył się na trybne tempo wzrostu liczby ofert międzynarodowych sprzedawców. To pokazuje, jak ambitnie Allegro myśli o poszerzeniu oferty i zwiększeniu zasięgu działania. Poza rozwojem oferty na rynku lokalnym, Allegro jest również gotowe do wejścia na rynki międzynarodowe. Niewątpliwie najważniejszym wydarzeniem 2021 roku jest planowane przejęcie Grupy Mall i WE|DO, co znacznie przyspieszy wejście na nowe rynki i wdrożenie modelu obsługi klienta Allegro w całej Europie Środkowo-Wschodniej i nie tylko.

Dostawy pozostają kluczowym obszarem innowacji, a Allegro, z pomocą swoich partnerów biznesowych, z powodzeniem wdrożyło model zintegrowanych i sprawnie zarządzanych usług logistycznych. Grupa będzie w dalszym ciągu rozwijać się w modelu asset-light, oferując szybkie i niezawodne dostawy w konkurencyjnej cenie. Sprzedawcy mogą skorzystać z zaawansowanej sieci logistycznej, do której dostęp zapewnia Allegro we współpracy z wszystkimi najważniejszymi graczami na rynku. Właśnie dzięki partnerstwu uzupełnianym usługami własnymi klienci Allegro mogą wybierać spośród blisko 50 tys. wygodnych dla siebie miejsc odbioru przesyłek. To największa tego typu sieć w Polsce, dzięki czemu Allegro jest zdecydowanie najbardziej dostępną platformą e-commerce'ową. Firma zwiększała również jakość dostaw, oferując sprzedawcom szereg zachęt do szybkiej realizacji wysyłek, jednocześnie współpracując z przewoźnikami, aby udostępnić więcej opcji dostaw.

Rozwój elastycznej sieci o niezwykle wysokim potencjale zwiększania skali pozwolił przezwyciężyć trudnienia związane z lockdownami oraz utrzymać ambitne tempo rozwoju. Świadczy o tym rosnący udział zamówień dostarczanych już następnego dnia, jak i to, że prawie 80% wszystkich zamówień składanych na Allegro dociera do klientów już w ciągu 1–2 dni. Allegro będzie dalej udoskonalać sieć dostaw, ponieważ jest to nieodłączny element modelu firmy. Wprowadza też nowe rozwiązania i pracuje nad jeszcze lepszą integracją ze sprzedawcami od strony technologicznej, aby wspomóc ich rozwój.

Aby to osiągnąć, firma uzupełnia szeroką gamę oferowanych rozwiązań o inwestycje w usługi One Fulfillment, a także ogólnopolską sieć automatów paczkowych One Box by Allegro. Przez te działania Allegro chce wzbogacić ofertę swoich partnerów i zapewnić przyszły zwrot z inwestycji, kiedy usługi te będą świadczone na coraz większą skalę. Po pomyślnym zakończeniu pilotażu oferta Fulfillmentu została udostępniona wszystkim zainteresowanym sprzedającym, a liczba zielonych automatów paczkowych Allegro ma potroić się w bieżącym roku do 3 tys., co pozwoli również obniżyć koszty całego procesu. Uzupełnieniu oferty i zoptymalizowaniu ekonomiki dostaw służyło też przejęcie X-press Couriers, których infrastruktura stanie się fundamentem regionalnych usług logistycznych platformy. Podsumowując, Allegro nieustannie się rozwija, inwestując w projekty gwarantujące przyszły zwrot.

Nadrzędnym celem Allegro jest stworzenie kompleksowej oferty zapewniającej wygodę, w której wszystkie programy współgrają ze sobą dla dobra konsumenta. Flagowy program Allegro Smart! jest tego świetnym przykładem. Liczba jego zadowolonych użytkowników przekroczyła 5 mln i wciąż rośnie, a całe rodziny mogą już robić zakupy za pośrednictwem wspólnego konta Allegro Family. W ciągu 3,5 roku od uruchomienia Smart! klienci zaoszczędzili około 4 mld zł na samych kosztach dostawy, finansowanych w większości przez Allegro, pomagając w ten sposób sprzedawcom zwiększyć sprzedaż i zaangażowanie klientów. Smart! stał się synonimem tanich i komfortowych zakupów online a także niezaprzeczalnym punktem odniesienia dla całego rynku. To samo można powiedzieć także o Allegro Pay, innowacyjnym rozwiązaniu z obszaru fintech, które zostało udostępnione wszystkim kupującym na Allegro. Bezpieczne i łatwe odroczenie lub rozłożenie płatności na raty zapewniło programowi osiągnięcie wskaźnika NPS (Net Promoter Score) w wysokości 92,8 pkt., co jest poziomem rzadko spotykanym, nawet w globalnej skali. Kwota pożyczek udzielonych w ramach Allegro Pay sięgnęła w ubiegłym roku 2 mld zł, przekraczając podwyższony już wcześniej cel, a współpraca z Aion Bankiem zapewniła finansowanie na dalszy rozwój usługi.

Może wydawać się to paradoksem, ale cały rozwój Allegro zamyka się w jego mobilnej aplikacji, która mieści się pod kciukiem każdego użytkownika. To ona

odpowiada za coraz większy ruch na platformie i jest odzwierciedleniem wszystkich aspiracji Allegro w zakresie innowacji – od łatwości robienia zakupów po korzyści dla użytkowników, od wyszukiwania obrazem po wygodę dostawy. To dokładnie te elementy, na które Allegro będzie zwracać szczególną uwagę w trakcie zwiększania skali swojej działalności.

Miniony rok niewątpliwie stał pod znakiem rozszerzenia perspektywy grupy poza Polskę. Planowana integracja z Grupą Mall i WE|DO stworzy wiodącą platformę w Europie Środkowej obejmującą oprócz Polski także Czechy, Słowację, Słowenię, Węgry i Chorwację, co niemal dwukrotnie zwiększy wartość docelowego rynku detalicznego do ponad 1,1 bln zł, a liczbę potencjalnych kupujących do ponad 70 mln. Naszą ambicją jest aby nowa platforma zmieniała na lepsze codzienne życie milionów klientów w całym regionie i nie tylko. Kupujący będą mogli liczyć na lepszy wybór, atrakcyjniejsze ceny i większą wygodę, a międzynarodowi sprzedawcy będą mogli wystawiać swoje oferty w jednym miejscu i sprzedawać na wielu europejskich rynkach. Fuzja stworzy silny, międzynarodowy zespół w obszarach technologii, e-commerce i logistyki, przybliżając Allegro do realizacji wizji ogólnoeuropejskiego miejsca do robienia zakupów w sieci. Wykorzystując i tak już najbardziej konkurencyjną ofertę w regionie, Allegro zwiększa swój zasięg również dzięki niedawno udostępnionej anglojęzycznej wersji serwisu, która zapewnia europejskim klientom dostęp do ponad 60 mln najatrakcyjniejszych cenowo ofert międzynarodowych, których liczba nieustannie rośnie.

Rynek z pewnością się zmienia i staje się coraz bardziej konkurencyjny, ale podejście Allegro jest niezmiennie – grupa skupia się na retail basics, przykładając szczególną wagę do jak najlepszego doświadczenia zakupowego i wygody klienta. Szeroka świadomość marki i wysoki ogólny wskaźnik obsługi klienta NPS (relational Net Promoter Score) w wysokości 78,9 pkt. pokazują, jak dobrze się ten model sprawdza. Kolejnym dowodem jest zrealizowanie prognoz finansowych na 2021 roku, które, przypomnijmy, Allegro w ciągu roku podniosło. Zadowolenie klientów przełożyło się na wzrost średnich wydatków na aktywnego kupującego oraz osiągnięcie rekordowo wysokiego rocznego GMV, którego wartość wzrosła o 21,3% rok do roku, dzięki czemu z kolei skorygowana EBITDA przekroczyła poziom 2 mld zł. Udało się to osiągnąć nawet mimo tego, że pandemia z wiatru w żagle przerodziła się w wiatr prosto w oczy dla całego sektora e-commerce.

Rok 2021 stał pod znakiem przygotowania gruntu pod dalszy wzrost, a w roku 2022 Allegro planuje utrzymać tę dynamikę, skupiając się na dalszym rozwoju w Polsce i ekspansji za granicą. Allegro nie ogląda się wstecz, ale skupia na innowacjach, postrzegając planowany wzrost nakładów inwestycyjnych jako siłę napędową dla grupy, która nie przestaje iść do przodu. Kluczowe inicjatywy obejmują dalszy rozwój Allegro Smart! i Allegro Pay,

pełną produktyzację, zwiększenie szybkości i jakości dostaw oraz tak ważne cele, jak zwiększenie lojalności kupujących i sprzedawców. Efektem wdrożonych rozwiązań będzie zwiększony zwrot z inwestycji, a celem osiągnięcie statusu wiodącej platformy handlowej w Europie Środkowo-Wschodniej.

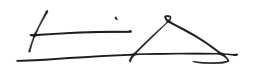
Jako preferowany pracodawca, Allegro planuje dalej zatrudniać najbardziej utalentowanych pracowników, podobnie jak w 2021 roku, w którym też po raz pierwszy przydzielono akcje w ramach programu motywacyjnego Allegro Incentive Plan. Posiadanie udziałów w firmie motywuje pracowników do realizacji wspólnych celów, a także pomaga Allegro przyciągać i zatrzymywać najbardziej utalentowanych pracowników w Polsce i za granicą. Planowane połączenie z Grupą Mall spowoduje, że organizacja stanie się coraz bardziej międzynarodowa, wielokulturowa i różnorodna, czemu służy też powołanie nowych członków kadry zarządzającej grupy.

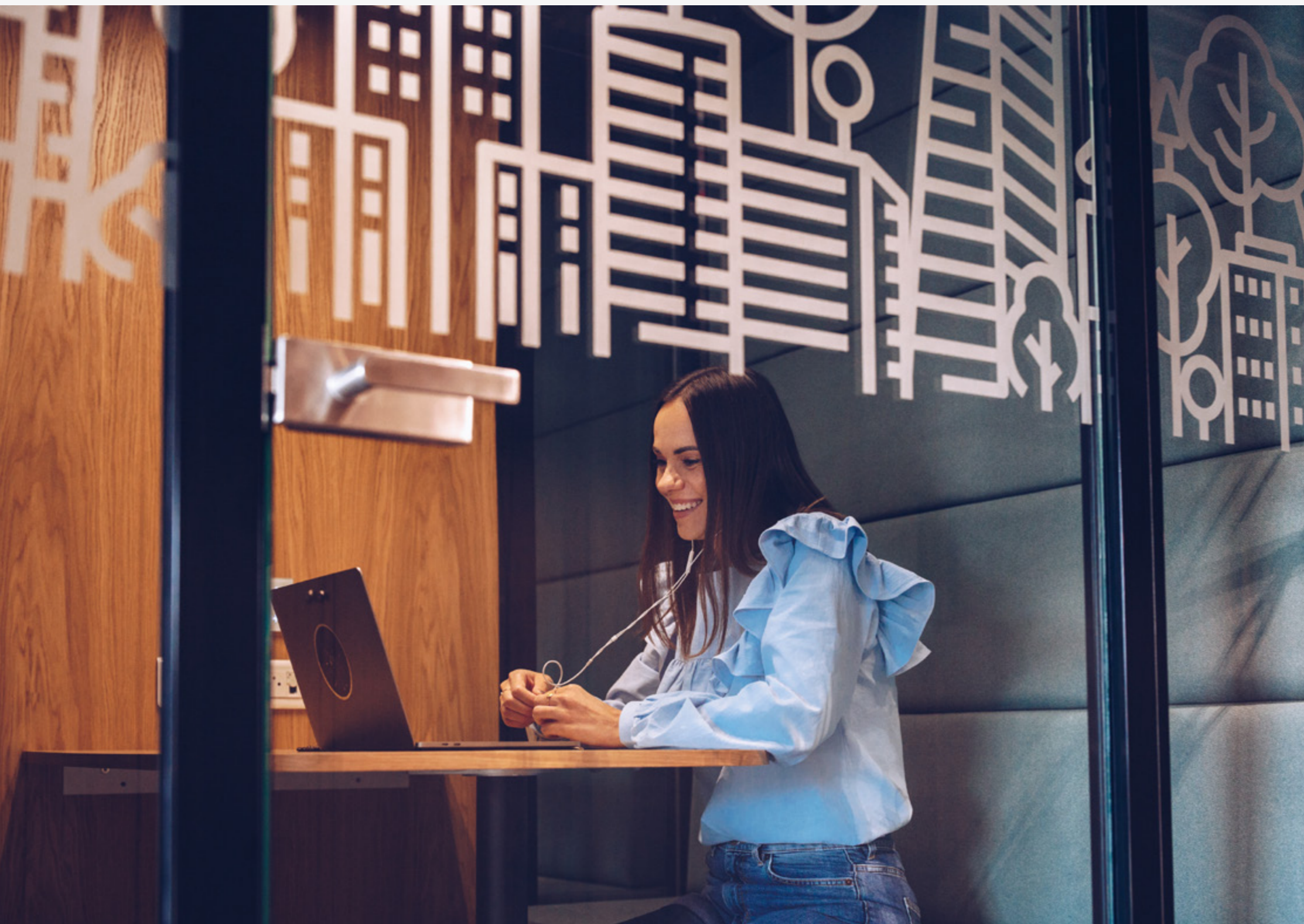
Allegro chce być wzorem do naśladowania także w zakresie zapewniania różnorodnego i inkluzywnego miejsca pracy. Grupa ma zamiar również wyznaczać cele klimatyczne i wprowadzać działania na rzecz zrównoważonego rozwoju, co ujęła szerzej w Raporcie ESG. Jako firma z siedzibą w Polsce, Allegro już jest europejskim liderem w dziedzinie technologii, którego głos w postaci Allegro Tech Credo jest słyszany na arenie międzynarodowej.

Niezależnie od skali rozwoju, cele Allegro nigdy się nie zmieniają. Różnorodność oferty, konkurencyjność cenowa i wygoda zakupów to kwestie nadrzędne, podobnie jak status najbardziej przyjaznej platformy dla rozwoju biznesu i najlepszego miejsca pracy dla największych talentów. Teraz ten model ma objąć rynki międzynarodowe, więc Allegro przygotowuje się nie tylko na kolejny rok, ale na całkiem nowy rozdział w historii firmy. Liczę, że w niniejszym sprawozdaniu znajdziecie potwierdzenie moich słów i że będzie ono ciekawą lekturą.



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.
„AIP”	Program motywacyjny Allegro Incentive Plan.
„Allegro.pl”	Allegro.pl sp. z o.o.
„APM” lub „Skrytki”	Automaty paczkowe.
„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 – 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.
„CPC”	Koszt opłaty za jedno kliknięcie (Cost Per Click).
„KE”	Komisja Europejska.
„UE”	Unia Europejska.
„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.
„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 dysponuje odpowiednią wiedzą i doświadczeniem w zakresie zarządzania jej działalnością.

„Skrytki” lub „APM”	Automaty paczkowe.
„Ostatnie 12 mies.”	Ostatnie 12 miesięcy. Oznacza okres dwunastu miesięcy poprzedzający koniec okresu.
„Luksemburg”	Wielkie Księstwo Luksemburga.
„Grupa Mall”	Mall Group a.s.
„Przejęcie Grupy Mall / WE DO”	Realizowany aktualnie proces przejęcia spółek Mall Group a.s. i WE DO CZ s.r.o., ogłoszony w dniu 4 listopada 2021 r.
„MOV”	Minimalna wartość zamówienia niezbędna do otrzymania usługi lub rabatu.
„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.
„PPC”	Opłata za jedno kliknięcie (Pay Per Click).
„PSU”	Program świadczeń w postaci Ekwiwalentów akcji za wyniki będący częścią programu AIP.
„k/k”	W ujęciu kwartał do kwartału, tj. zmiana na przestrzeni kolejnych kwartałów.
„Raport”	Niniejszy raport Spółki za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2021 r.
„RSU”	Program świadczeń w postaci Ekwiwalentów akcji o ograniczonej zbywalności będący częścią programu AIP.
„Członkowie Kierownictwa Wyższego Szczebla”	Wspólnie: Członkowie Rady Dyrektorów Allegro.eu, Członkowie Zarządu Allegro.pl oraz Członkowie Zarządu Ceneo.pl
„Znaczący Akcjonariusze”	Spółka Cidinan S.à r.l., reprezentująca interesy Cinven & Co-Investors, 31,39%, spółka Permira VI Investment Platform Limited, reprezentująca interesy Permira & Co-Investors, spółka Mepinan S.à r.l., reprezentująca interesy Mid Europa Partners Funds
„SPA”	Umowa nabycia akcji Mall Group a.s. i WE DO CZ s.r.o., którą Allegro.eu i Allegro.pl zawarły w dniu 4 listopada 2021 r.
„sp. z o.o.”	Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością.
„UOKiK”	Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów.
„WE DO”	WE DO CZ s.r.o.
„WIBOR”	Warszawska oferowana stopa procentowa na rynku międzybankowym, czyli średnie oprocentowanie oszacowane przez główne banki w Warszawie, które zostałyby zastosowane w przypadku zaciągnięcia pożyczki przez typowy bank należący do kategorii głównych banków w innym banku. O ile nie wskazano inaczej, stopa WIBOR dla pożyczek zaciąganych na okres trzymiesięczny.
„GPW”	Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. oraz, o ile z kontekstu nie wynika inaczej, rynek regulowany prowadzony przez tę spółkę.
r/r	W ujęciu rok do roku.
„YTD”	Narastająco od początku roku.

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

## 2. Wprowadzenie

Niniejszy 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.pl („eBilet”), wiodącego portalu sprzedaży biletów na imprezy w Polsce.

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

Na dzień sporządzenia Raportu: (i) 28,03% wyemitowanych akcji Spółki znajduje się w posiadaniu Cidinan S.à r.l., niepublicznej spółki z ograniczoną odpowiedzialnością (société à responsabilité limitée) utworzonej i prowadzącej działalność zgodnie z przepisami prawa Wielkiego Księstwa Luksemburga, z siedzibą pod adresem: 4, rue Albert Borschette, L-1246 Luksemburg, Wielkie Księstwo Luksemburga, wpisanej do Rejestru Handlu i Spółek Luksemburga (Registre de Commerce et des Sociétés,

Luxembourg) pod numerem B204672 („Cidinan S.à r.l.”), reprezentującej interesy Cinven i Współinwestorów, (ii) 28,03% znajduje się w posiadaniu Permira VI Investment Platform Limited, reprezentującej interesy Permira i Współinwestorów, a (iii) 6,23% znajduje się w posiadaniu Mepinan S.à r.l., niepublicznej spółki z ograniczoną odpowiedzialnością (société à responsabilité limitée) utworzonej i prowadzącej działalność zgodnie z przepisami prawa Wielkiego Księstwa Luksemburga, z siedzibą pod adresem: 163, rue du Kiem, L-8030 Strassen, Wielkie Księstwo Luksemburga, wpisanej do Rejestru Handlu i Spółek Luksemburga (Registre de Commerce et des Sociétés, Luxembourg) pod numerem B246319 („Mepinan S.à r.l.”), reprezentującej interesy funduszy Mid Europa Partners. Pozostałe 37,72% wyemitowanych akcji Spółki stanowi własność innych akcjonariuszy, w tym kierownictwa Grupy Allegro. Liczba akcji posiadanych przez każdego inwestora jest równa liczbie głosów, gdyż Spółka nie wyemitowała żadnych akcji uprzywilejowanych zgodnie ze statutem Spółki.

## 3. Stwierdzenia dotyczące przyszłości

Niniejszy Raport zawiera stwierdzenia dotyczące przyszłości, które obejmują wszystkie stwierdzenia inne niż stwierdzenia dotyczące faktów historycznych, w tym między innymi stwierdzenia, które są poprzedzone, po których następują lub które zawierają terminy „podjął cel”, „przewiduje”, „uważa”, „spodziewa się”, „ma na celu”, „zamierza”, „będzie”, „może”, „oczekuje”, „-by”, „może” lub podobne wyrażenia lub ich zaprzeczenia. Takie stwierdzenia dotyczące przyszłości obejmują znane i 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 operacyjnej” oraz w innych punktach niniejszego Raportu.

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

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

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

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

# 4.

## Prezentacja informacji finansowych

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

### Historyczne informacje finansowe

Niniejszy Raport zawiera skonsolidowane informacje finansowe Grupy na dzień 31 grudnia 2021 r. oraz za okresy dwunastu miesięcy zakończone 31 grudnia 2021 r. i 31 grudnia 2020 r., które zostały sporządzone na podstawie rocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy na dzień 31 grudnia 2021 r. i za okresy dwunastu miesięcy zakończone 31 grudnia 2021 r. i 31 grudnia 2020 r. („Sprawozdanie Finansowe”), sporządzonego zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej zatwierdzonymi przez Unię Europejską, i które zostało przedstawione w innych częściach niniejszego Raportu. Sprawozdanie Finansowe zostało zbadane przez spółkę PricewaterhouseCoopers, Société coopérative.

### Alternatywne mierniki wyników

Grupa zawarła w niniejszym Raporcie pewne alternatywne mierniki wyników, w tym w szczególności, GMV, Skorygowana EBITDA, Skorygowana EBITDA/przychody netto, Skorygowana EBITDA/GMV, łączne nakłady inwestycyjne, skapitalizowane koszty prac rozwojowych, pozostałe nakłady inwestycyjne, zadłużenie netto, dźwignia finansowa netto oraz kapitał obrotowy.

#### Grupa zdefiniowała następujące alternatywne mierniki wyników:

„**Skorygowana EBITDA**” oznacza zysk z działalności operacyjnej przed spłatą odsetek, opodatkowaniem i amortyzacją, z wyłączeniem kosztów transakcyjnych, kosztów doradztwa, 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 na wyposażenie ochronne przeciwko COVID-19 oraz kosztów płatności w formie akcji związanych z Programem Motywacyjnym Allegro;

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

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

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

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

„**GMV**” oznacza wartość sprzedaży, tj. łączną wartość brutto towarów i biletów sprzedanych na platformach Allegro.pl, Allegrolokalnie.pl i eBilet.pl (łącznie z podatkiem VAT);

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

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

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

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

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

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

Grupa prezentuje alternatywne mierniki wyników, ponieważ kierownictwo Grupy uważa, że ułatwiają one inwestorom i analitykom porównywanie wyników i płynności Grupy w różnych okresach sprawozdawczych. Grupa prezentuje GMV jako miernik łącznej wartości sprzedanych towarów w danym okresie, który umożliwia porównanie wzrostu w różnych okresach, w tym w ujęciu tygodniowym, miesięcznym, kwartalnym i rocznym. Grupa uważa wskaźnik Skorygowanej EBITDA za przydatny do oceny wyników Grupy, gdyż ułatwia ona porównania wyników działalności podstawowej Grupy pomiędzy okresami, przez wyłączenie wpływu m.in. struktury kapitałowej, bazy aktywów, skutków podatkowych i konkretnych kosztów jednorazowych. Grupa stosuje Skorygowaną EBITDA do obliczania wskaźników Skorygowanej EBITDA/przychody netto oraz Skorygowanej EBITDA/GMV. Grupa prezentuje łączne nakłady inwestycyjne w rozbiciu na skapitalizowane koszty prac rozwojowych i pozostałe nakłady inwestycyjne celem pokazania kwoty nakładów, w tym m.in. kosztów pracowniczych i kosztów wykonawców i usługodawców zewnętrznych, ponoszonych z tytułu produkcji nowego lub udoskonalonego oprogramowania przed jego wprowadzeniem do użytkowania na 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.

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

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

Przy ocenie Skorygowanej EBITDA inwestorzy winni ocenić każdą dokonaną korektę i powody, dla których Grupa uznaje ją za odpowiednią metodę analizy uzupełniającej. Ponadto, inwestorzy winni mieć świadomość, że Grupa może ponosić koszty podobne do korekt w niniejszej prezentacji w przyszłości i że część tych pozycji może być mieć charakter powtarzalny. Prezentacji Skorygowanej EBITDA przez Grupę nie należy rozumieć jako wniosku, że przyszłe wyniki Grupy nie będą 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 alternatywne mierniki wyników nie powinny być rozpatrywane w oderwaniu lub jako mierniki zastępcze dla mierników wyników obliczanych zgodnie z MSSF.

W porównaniu do raportu rocznego za rok zakończony 31 grudnia 2020 r. oraz w celu zachowania spójności w publikowanych materiałach, w niniejszym Raporcie zmieniono nazwy następujących Alternatywnych Mierników Wyników, przy czym ich definicje w poszczególnych okresach nie uległy zmianie: „Dźwignia finansowa netto” jest obecnie określana jako „Dźwignia finansowa”, „Skorygowana EBITDA/przychody netto” jest obecnie określana jako „Skorygowana EBITDA/przychody”, a „Kapitał obrotowy” jest określany jako „Zmiany stanu kapitału obrotowego”.

Zmieniono również definicję „Pozostałych nakładów inwestycyjnych” zastępując wyrażenie „koszt” wyrażeniem „kwota zapłacona” w celu odzwierciedlenia zasady kasowej zamiast zasady memoriałowej. Zmiany te zostały po raz pierwszy uwzględnione w sprawozdaniu zarządu za III kwartał 2021 r.

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

## Mierniki niefinansowe

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

### Grupa zdefiniowała następujące mierniki niefinansowe:

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

„**GMV na jednego Aktywnego Kupującego**” oznacza wartość sprzedaży (GMV) za okres ostatnich 12 miesięcy podzieloną przez liczbę Aktywnych Kupujących na koniec okresu.

W niniejszym raporcie rocznym zmieniono definicje obu mierników niefinansowych: „Aktywni Kupujący” oraz „GMV na jednego Aktywnego Kupującego” poprzez uwzględnienie w definicji „Aktywnych Kupujących” unikalnych adresów e-mail powiązanych z kupującymi, którzy dokonali co najmniej jednego zakupu na eBilet.pl w ciągu ostatnich dwunastu miesięcy, a także uwzględnienie wartości GMV wygenerowanej przez tych kupujących w wartości GMV za ostatnie 12 mies., wykorzystywanej do obliczania miernika „GMV na jednego Aktywnego Kupującego”. W wyniku tej zmiany wartość GMV za ostatnie 12 mies., uzyskana na podstawie iloczynu obu mierników niefinansowych, jest obecnie w pełni zgodna z wartością GMV za ostatnie 12 mies. ustaloną na podstawie Alternatywnych Mierników Wyników opisanych powyżej. Dane porównawcze zostały przekształcone w celu dostosowania uprzednio wykazanych rzeczywistych wartości do zmienionych definicji.





allegro

II.  
Raport  
z działalności

# 1.

## Wybrane skonsolidowane dane finansowe i operacyjne

Rachunek zysków i strat, w mln PLN	Rok obrotowy 2021	Rok obrotowy 2020	Zmiana %	Q4 2021 (niebadane)	Q4 2020 (niebadane)	Zmiana %
Przychody	5 352,9	3 997,8	33,9%	1 600,7	1 299,0	23,2%
EBITDA	1 993,7	1 586,8	25,6%	461,6	513,5	(10,1%)
Skorygowana EBITDA	2 068,5	1 750,0	18,2%	501,2	533,5	(6,1%)
EBIT	1 472,9	1 123,0	31,2%	321,8	394,9	(18,5%)
Zysk / (strata) przed opodatkowaniem	1 358,1	616,7	120,2%	251,6	324,7	(22,5%)
Podatek dochodowy	(268,5)	(198,1)	35,5%	(51,8)	(64,1)	(19,2%)
Zysk / (strata) netto	1 089,6	418,6	160,3%	199,7	260,6	(23,3%)
<b>KPI</b>						
Aktywni Kupujący (w mln)	13,5	13,1	2,9%	13,5	13,1	2,9%
GMV na jednego Aktywnego Kupującego (w PLN)	3 157,8	2 676,8	18,0%	3 157,8	2 676,8	18,0%
GMV (w mln PLN)	42 601,7	35 110,9	21,3%	12 668,5	10 851,2	16,7%
GMV za ostatnie 12 mies. (w mln PLN)	42 601,7	35 110,9	21,3%	42 601,7	35 110,9	21,3%
Wskaźnik realizacji transakcji (Take Rate) (%)	10,23%	9,27%	0,96 pp	9,84%	9,44%	0,41 pp

Cash Flow, w mln PLN	Rok obrotowy 2021	Rok obrotowy 2020	Zmiana %	Q4 2021 (niebadane)	Q4 2020 (niebadane)	Zmiana %
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej	1 406,6	1 509,9	(6,8%)	387,5	344,9	12,3%
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	(429,9)	(218,2)	97,0%	(173,0)	(47,9)	261,0%
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	(204,5)	(510,5)	(59,9%)	(31,6)	162,9	(119,4%)
Zwiększenie/(zmniejszenie) netto stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	772,2	781,2	(1,2%)	183,0	459,9	(60,2%)
<hr/>						
				31.12.2021	31.12.2020	Zmiana %
Aktywa				16 869,9	15 147,9	11,4%
Kapitał własny				9 454,1	8 089,6	16,9%
Zadłużenie netto				3 660,2	4 326,0	(15,4%)

# 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	Rok obrotowy 2021	Rok obrotowy 2020	Zmiana %	Q4 2021	Q4 2020	Zmiana %
Aktywni Kupujący (w mln)	13,5	13,1	2,9%	13,5	13,1	2,9%
GMV na jednego Aktywnego Kupującego (w PLN)	3 157,8	2 676,8	18,0%	3 157,8	2 676,8	18,0%
GMV (w mln PLN)	42 601,7	35 110,9	21,3%	12 668,5	10 851,2	16,7%
GMV za ostatnie 12 mies. (w mln PLN)	42 601,7	35 110,9	21,3%	42 601,7	35 110,9	21,3%
Wskaźnik realizacji transakcji (Take Rate) (%)	10,23%	9,27%	0,96 pp	9,84%	9,44%	0,41 pp
Skorygowana EBITDA (w mln PLN)	2 068,5	1 750,0	18,2%	501,2	533,5	(6,1%)
Skorygowana EBITDA/przychody (%)	38,64%	43,78%	(5,13 pp)	31,31%	41,07%	(9,76 pp)
Skorygowana EBITDA/GMV (%)	4,86%	4,98%	(0,13 pp)	3,96%	4,92%	(0,96 pp)

### GMV I AKTYWNI KUPUJĄCY

W roku obrotowym 2021 wskaźnik GMV wyniósł 42 601,7 mln PLN, tj. wzrósł o 21,3% r/r, natomiast w IV kwartale 2021 r. wskaźnik GMV wyniósł 12 668,5 mln PLN, co stanowiło wzrost o 1 817,3 mln PLN, tj. o 16,7% r/r i było w pełni zgodne z oczekiwaniami kierownictwa. W tym samym czasie liczba Aktywnych Kupujących wzrosła do 13,5 mln w roku obrotowym 2021, co oznacza wzrost o 2,9% r/r.

Wzrost GMV w okresie dwunastu miesięcy był niemal w całości napędzany przez platformę Allegro, przy niewielkim udziale, rzędu 0,2 p.p., eBiletu, ponieważ surowe ograniczenia związane z lockdownem skutkowały ograniczeniem imprez publicznych, co z kolei miało negatywny wpływ na poziom sprzedaży biletów przez eBilet przez większość pierwszego półrocza 2021 r., podobnie jak przez ostatnie trzy kwartały 2020 r., przy czym ograniczenia dotyczące imprez masowych są stopniowo łagodzone od maja 2021 r.

Bardzo zróżnicowane tempo wzrostu GMV Grupy w poszczególnych kwartałach wynikało ze skutków pandemii COVID-19 zarówno w okresie bieżącym, jak i w porównawczym. W związku z pandemią COVID-19 polski rząd nakazał zamknięcie wszystkich tradycyjnych punktów sprzedaży detalicznej, które nie służyły zaspokajaniu podstawowych potrzeb klientów, w okresie od marca do maja 2020 r., a następnie trzykrotnie – w listopadzie 2020 r., styczniu 2021 r. oraz w okresie od marca do początku maja 2021 r. – wprowadził mniej surowe ograniczenia, polegające przede wszystkim na zamknięciu centrów handlowych. To zakłócenie normalnych schematów zakupów zwiększyło popyt na usługi e-commerce przyspieszyło przejście na regularne dokonywanie zakupów przez Internet. Ponadto w okresie obowiązywania najbardziej dotkliwych ograniczeń wprowadzonych w ramach lockdownu obowiązującego od marca do maja 2020 r. Grupa udostępniła swój Program SMART!, z bezpłatną dostawą, wszystkim Aktywnym Kupującym,

którzy postanowili się zarejestrować, co zaowocowało osiągnięciem w drugim kwartale 2020 r. najwyższego wskaźnika wzrostu w ujęciu rok do roku na poziomie 71,5%. W wyniku nałożenia się na siebie tej serii zdarzeń zakłócających na przestrzeni roku, w I kwartale 2021 r. osiągnięto wzrost o 46,1% w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego, który tylko w minimalnym stopniu był dotknięty skutkami wybuchu pandemii COVID-19, w II kwartale odnotowano wzrost o 10,6% w porównaniu z okresem, w którym występowały największe zakłócenia i osiągnięto najwyższy w roku poprzednim poziom popytu, w III kwartale nastąpiło przyspieszenie wzrostu do 19,9%, przy czym w kwartale tym – zarówno w bieżącym, jak i poprzednim roku – wpływ pandemii COVID-19 był minimalny, a w IV kwartale nastąpiło delikatne spowolnienie dynamiki wzrostu w ujęciu rok do roku do 16,7%, spowodowane brakiem ograniczeń w bieżącym okresie, podczas gdy w okresie porównawczym, a konkretnie w listopadzie, centra handlowe były zamknięte. Grupa odnotowała wzrost GMV w tempie 36,7% w skali roku, co zdecydowanie przewyższa trend notowany przed wybuchem pandemii, zgodnie z którym stopa wzrostu wynosiła od 20% do 25%.

To wyższe tempo wzrostu GMV, mierzone na podstawie dwuletniej stopy CAGR, odzwierciedla zwiększoną częstotliwość zakupów online dokonywanych przez kupujących w następstwie pozytywnych doświadczeń zakupowych oraz rozwijanie nowych nawyków w zakresie zakupów online w czasie obowiązywania lockdownów. Grupa dodatkowo zaspokajała zwiększony popyt, koncentrując się na podstawowych elementach sprzedaży detalicznej, takich jak zwiększenie asortymentu, zapewnienie konkurencyjnych cen oraz szybkiej i rzetelnej dostawy. Dodatkowym impulsem do zwiększenia częstotliwości zakupów jest zwiększona popularność abonamentów programu lojalnościowego SMART!, z którego korzysta już ponad 5 milionów klientów, podczas gdy na dzień 30 czerwca 2020 r. było ich 2,1 miliona.

## SKORYGOWANA EBITDA

Skorygowana EBITDA Grupy wzrosła o 318,4 mln PLN, czyli o 18,2% r/r, z 1 750,0 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 2 068,5 mln PLN w roku obrotowym 2021 r. Skorygowana EBITDA w IV kwartale 2021 r. spadła o 32,3 mln PLN, czyli o 6,1% r/r, z 533,5 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 501,2 mln PLN w IV kwartale 2021 r.

Wzrost rentowności w roku obrotowym 2021 uzyskano głównie dzięki wzrostowi GMV Grupy o 21,3% r/r. Dodatkowo wzrost Wskaźnika realizacji transakcji (Take rate) o 0,96 p.p. r/r w omawianym okresie pomógł zrównoważyć wzrost kosztów operacyjnych, skorygowanych o pozycje jednorazowe, o 47,4% r/r.

Poprawa wyników w zakresie monetyzacji Wskaźnika realizacji transakcji w roku obrotowym 2021 wynikała głównie z wprowadzenia w czerwcu 2020 r. prowizji od opłat za dostawę ponoszonych przez kupujących (standardowa praktyka rynkowa mająca na celu zwalczanie sztucznie zawyżanych cen dostaw), wprowadzenia w kwietniu 2020 r. współfinansowania przez sprzedających dostaw kurierem w ramach usługi SMART! oraz wprowadzenia w styczniu 2021 r. analogicznych opłat od automatów paczkowych. Ponadto do wyższych wyników Wskaźnika realizacji transakcji przyczyniły się również podwyżki prowizji od sprzedaży w określonych kategoriach i ofertach promowanych wprowadzone w styczniu 2021 roku. Ponieważ efekty części z tych działań zaczęły być widoczne w okresie bazowym, a Grupa zwiększyła inwestycje we wsparcie cenowe i rabaty typu pay-for-performance, dynamika wzrostu Wskaźnika realizacji transakcji w ujęciu rok do roku spadła w drugiej połowie roku. Ponadto w IV kwartale na wartość Wskaźnika realizacji transakcji wpłynęło obniżenie stawki MOV dla przesyłek kurierskich oraz związane z tym przejście obniżenie stopy współfinansowania dla przesyłek kurierskich w ramach programu Smart! Wszystkie te czynniki przyczyniły się do ograniczenia tempa wzrostu Wskaźnika rentowności sprzedaży w ujęciu rok do roku do 0,41 p.p. w czwartym kwartale, w porównaniu do 0,96 p.p. za cały rok obrotowy 2021.

Dodatkowo przychody z usług reklamowych, generujące ponadprzeciętne marże, wzrosły o 41,2% r/r w roku obrotowym 2021 oraz o 29,3% w IV kwartale 2021 r., co przyczyniło się do wzrostu całkowitych przychodów o 33,9% r/r w okresie dwunastu miesięcy oraz o 23,2% r/r w ostatnim kwartale.

Koszty operacyjne wzrosły o 39,3% r/r w roku obrotowym 2021 oraz o 45,0% r/r w IV kw. 2021 r. Po wyeliminowaniu kosztów jednorazowych opisanych w poniższej tabeli uzgodnienia Skorygowanej EBITDA, wzrost wyniósł 46,1% r/r w roku obrotowym 2021 oraz 43,6% r/r w IV kw. 2021 r. W wyniku realizacji strategicznych inwestycji w powiększanie bazy abonentów SMART! koszty dostaw netto wzrosły o 80,0% r/r w roku obrotowym 2021. Po skorygowaniu koszty bezpłatnego udostępnienia programu SMART! ujęte w kosztach usług marketingowych w okresie bazowym wzrost w ujęciu rok do roku był bardziej umiarkowany i wyniósł 60,7% za cały rok oraz 57,7% w IV kw. 2021 r. Koszty usług marketingowych wzrosły o 17,2% w roku obrotowym 2021, ale po skorygowaniu o koszty bezpłatnego udostępnienia programu SMART! ujęte w okresie bazowym dynamika wzrostu r/r wyniosła 37,3% w roku obrotowym 2021 i 34,5% w IV kwartale 2021 r. Do wzrostu kosztów pracowniczych przyczynił się<sup>[1]</sup> wzrost zatrudnienia o 33,4% r/r. Koszty te, po skorygowaniu o pozycje jednorazowe, wzrosły o 31,3% r/r w roku obrotowym 2021 oraz o 21,8% r/r w IV kwartale 2021 r. Rekrutacja koncentrowała się na kluczowych obszarach organizacji, takich jak obszary Technologii, Handlu, Doświadczeń w Zakresie Dostaw i Doświadczeń Klienta, co powinno bezpośrednio przyczynić się z czasem do wzrostu GMV i przychodów.

Wzrost kosztów netto dostaw w ujęciu rok do roku wynikający ze zwiększenia bazy wysoce zaangażowanych klientów SMART! oraz dalszych inwestycji w marketing i zdolności operacyjne zrównoważył wzrost Wskaźnika realizacji transakcji i zwiększenie udziału przychodów z usług reklamowych, co spowodowało nieznaczne obniżenie marży Skorygowanej EBITDA/GMV w roku obrotowym 2021 o 13 punktów bazowych r/r z 4,98% do 4,86%. W ostatnim kwartale roku ten wskaźnik marży spadł o 96 punktów bazowych z 4,92% w IV kw. 2020 r. do 3,96% w IV kw. 2021 r. Zmiana ta wynikała z wpływu opisanych powyżej czynników, które zmniejszyły poziom Wskaźnika realizacji transakcji w IV kwartale, przy jednoczesnym spowolnieniu dynamiki wzrostu przychodów z usług reklamowych w związku z wolniejszym wzrostem ruchu w ujęciu rok do roku oraz systematycznie rosnącym udziałem wydatków abonentów SMART! w łącznym GMV. Ponadto spadek marży Skorygowanej EBITDA/GMV w IV kw. odzwierciedla również pewne czynniki o charakterze jednorazowym, w tym rosnący udział droższych dostaw kurierskich w strukturze przesyłek realizowanych w ramach programu Smart!, wynikający z obniżenia stawki MOV dla przesyłek kurierskich z 80 PLN do 40 PLN, co spowodowało wzrost kosztów dostaw

bez uzyskania kompensujących je wpływów z opłat za współfinansowanie, a także koszty handlowe związane ze wsparciem zakończonych sukcesem akcji zakupowych, takich jak listopadowy Black Week.

s.r.o. („przejęcie Mall Group / WE|DO”), 16,7 mln PLN kosztów związanych z nowym Planem Motywacyjnym Allegro oraz 8,2 mln PLN innych kosztów jednorazowych, które zostały uwzględnione w korektach zysku EBITDA.

W roku obrotowym 2021 Grupa poniosła 49,8 mln PLN kosztów transakcyjnych związanych głównie z realizowanym przejęciem spółek Mall Group a.s. i WE|DO CZ

Poniższa tabela przedstawia uzgodnienie pomiędzy raportowaną a Skorygowaną EBITDA za analizowane okresy:

Uzgodnienie Skorygowanej EBITDA, w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2021	Rok obrotowy 2020	Zmiana %	Q4 2021	Q4 2020	Zmiana %
<b>EBITDA</b>	<b>1 993,7</b>	<b>1 586,8</b>	<b>25,6%</b>	<b>461,6</b>	<b>513,5</b>	<b>(10,1%)</b>
Koszty doradztwa <sup>[1]</sup>	—	1,8	(100,0%)	—	(1,0)	(100,0%)
Koszty postępowań regulacyjnych <sup>[2]</sup>	4,6	4,9	(6,6%)	3,8	2,3	67,3%
Koszty restrukturyzacji i rozwoju Grupy <sup>[3]</sup>	0,0	7,2	(99,4%)	—	4,4	(100,0%)
Darowizny na rzecz różnych organizacji pożytku publicznego <sup>[4]</sup>	2,3	6,9	(66,4%)	—	2,4	(100,0%)
Premia dla pracowników i środki na wyposażenie ochronne przeciwko COVID-19 <sup>[5]</sup>	1,3	3,3	(60,2%)	0,3	0,4	(6,5%)
Program motywacyjny Allegro Incentive Plan <sup>[6]</sup>	16,7	25,4	(34,3%)	4,2	10,9	(61,5%)
Program Inwestycyjny dla kierownictwa <sup>[7]</sup>	—	52,2	(100,0%)	—	—	0,0%
Koszty transakcyjne <sup>[8]</sup>	49,8	61,6	(19,1%)	31,3	0,7	4 115,9%
<b>Skorygowana EBITDA</b>	<b>2 068,5</b>	<b>1 750,0</b>	<b>18,2%</b>	<b>501,2</b>	<b>533,5</b>	<b>(6,1%)</b>

- [1] Koszty poniesione w odniesieniu do świadczenia usług doradczych przez udziałowców Grupy, w tym koszty podróży i koszty usług świadczonych odnośnie do projektów leżących poza zakresem obowiązków nadzorczych. Usługi te przestały być świadczone, a związane z nimi koszty przestały być ponoszone wraz z zakończeniem procesu IPO Spółki.
- [2] Koszty usług doradców specjalizujących się w kwestiach antymonopolowych oraz koszty prawne dotyczące głównie postępowań antymonopolowych prowadzonych przez UOKiK w sprawie zarzutu nadużywania dominującej pozycji przez Allegro.pl oraz innych postępowań.
- [3] Koszty badania prawnego, finansowego i prawnego oraz koszty transakcyjne dotyczące potencjalnych przejęć spółek i związane z nimi koszty prawne.
- [4] Darowizny dokonane przez Grupę celem wsparcia służby zdrowia, organizacji charytatywnych i pozarządowych w czasie pandemii COVID-19.
- [5] Koszty poniesione przez Grupę na zakup wyposażenia ochronnego przeciwko COVID-19 dla pracowników i wypłatę premii dla pracowników na zakup sprzętu wymaganego do pracy zdalnej w czasie pandemii COVID-19.
- [6] Koszty długoterminowego programu motywacyjnego, w ramach którego Dyrektorem Wykonawczym, Kluczowym Menedżerem i innym pracownikom przyznawane są nagrody w postaci Ekwiwalentów akcji za wyniki („PSU”) i Ekwiwalentów akcji o ograniczonej zbywalności („RSU”). Koszty naliczone w roku zakończonym 31 grudnia 2021 r. stanowią naliczone koszty wynagrodzeń w formie akcji w związku z Programami PSU i RSU. Za rok 2020 koszty te stanowiły jednorazowy przydział akcji na rzecz pracowników, przeprowadzony podczas IPO Grupy („Nagrody w postaci bezpłatnych akcji”).
- [7] Koszt wynagrodzenia w formie akcji dotyczył Programu Inwestycyjnego dla kierownictwa („MIP”), w których uczestniczyło kierownictwo pośrednio poprzez inwestycje w akcje Adiman SCSp i bezpośrednio poprzez akcje serii C i D wyemitowane przez Allegro.eu. Program MIP zakończył się z chwilą pełnego rozliczenia IPO Spółki
- [8] Koszty usług doradczych, koszty prawnego, finansowego i podatkowego badania due diligence oraz inne koszty transakcyjne poniesione przed przejęciem w 2021 roku w związku z transakcją nabycia spółek Mall Group a.s. i WE|DO CZ s.r.o., która została podpisana i oczekuje na finalizację po uzyskaniu zgód organów regulacyjnych (więcej informacji przedstawiono w Nocie 35.1) oraz koszty zakończonych przejęć spółek X-press Couriers sp. z o.o. i SkyNet Customs Brokers sp. z o.o. Koszty ujęte w okresie porównawczym związane są z zakończonym w 2020 roku procesem IPO (61 139 PLN) oraz zrealizowanym nabyciem udziałów mniejszościowych (20%) w eBilet (430 PLN).

[1] Liczba aktywnych pracowników, zatrudnionych na umowę o pracę

## 2.2. Omówienie wyników finansowych i operacyjnych Grupy Allegro.eu

### 2.2.1. PRZEGLĄD WYNIKÓW ZA IV KWARTAŁ 2021 R.

Poniższa tabela przedstawia skrócone skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów Grupy za IV kwartał 2021 r. i 2020 r.

Rachunek zysków i strat, w mln PLN (niebadane przez biegłego rewidenta)	Q4 2021	Q4 2020	Zmiana %
<b>Przychody</b>	<b>1 600,7</b>	<b>1 299,0</b>	<b>23,2%</b>
Przychody platformy handlowej	1 230,3	1 012,9	21,5%
Usługi reklamowe	152,9	118,3	29,3%
Przychody z porównywarki cenowej	54,6	63,2	(13,6%)
Sprzedaż towarów	142,0	98,4	44,2%
Pozostałe przychody	20,9	6,2	235,5%
<b>Koszty operacyjne</b>	<b>(1 139,1)</b>	<b>(785,4)</b>	<b>45,0%</b>
Koszty obsługi płatności	(36,7)	(42,5)	(13,7%)
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	(148,3)	(102,4)	44,8%
Koszty dostaw netto	(429,3)	(272,2)	57,7%
Koszty usług marketingowych	(229,4)	(168,9)	35,9%
Koszty pracownicze	(153,1)	(133,2)	14,9%
Koszty usług IT	(29,7)	(19,2)	55,1%
Pozostałe koszty	(59,3)	(42,3)	40,2%
Odpisy netto z tytułu utraty wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów z klientami	(22,0)	(4,1)	440,5%
Koszty transakcyjne	(31,3)	(0,7)	4 371,4%
<b>Zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją (EBITDA)</b>	<b>461,6</b>	<b>513,5</b>	<b>(10,1%)</b>
<b>Amortyzacja</b>	<b>(139,8)</b>	<b>(118,6)</b>	<b>17,9%</b>

Rachunek zysków i strat, w mln PLN (niebadane przez biegłego rewidenta)	Q4 2021	Q4 2020	Zmiana %
Amortyzacja wartości niematerialnych i prawnych	(114,6)	(102,2)	12,2%
Amortyzacja środków trwałych	(25,2)	(16,5)	53,2%
<b>Zysk z działalności operacyjnej</b>	<b>321,8</b>	<b>394,9</b>	<b>(18,5%)</b>
<b>Wynik z działalności finansowej</b>	<b>(70,2)</b>	<b>(70,2)</b>	<b>0,0%</b>
Przychody finansowe	2,4	3,7	(35,0%)
Koszty finansowe	(72,4)	(73,7)	(1,8%)
(Dodatnie)/ujemne różnice kursowe	(0,2)	(0,2)	25,4%
<b>Zysk/(strata) przed opodatkowaniem</b>	<b>251,6</b>	<b>324,7</b>	<b>(22,5%)</b>
Podatek dochodowy	(51,8)	(64,1)	(19,2%)
<b>Zysk/(strata) netto</b>	<b>199,7</b>	<b>260,6</b>	<b>(23,3%)</b>
Inne całkowite dochody/(straty)	132,6	11,1	1 094,4%
<b>Razem całkowite dochody/(strata) za okres obrotowy</b>	<b>332,3</b>	<b>271,7</b>	<b>22,3%</b>

### PRZYCHODY

Przychody wzrosły o 301,7 mln PLN, czyli o 23,2%, z 1 299,0 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 1 600,7 mln PLN w IV kwartale 2021 r. W perspektywie dwuletniej, obejmującej okres od 2019 r. do 2021 r., oznacza to stopę wzrostu CAGR na poziomie 41,0%. 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 217,5 mln PLN, czyli o 21,5%, z 1 012,9 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 1 230,3 mln PLN w IV kwartale 2021 r. Wzrost ten wynikał głównie ze wzrostu GMV o 16,7% r/r oraz wzrostu Wskaźnika realizacji transakcji o 41 punktów bazowych w porównaniu z poprzednim rokiem. Wzrost GMV wyniósł 16,0% w przypadku platformy Allegro, natomiast spółka eBilet przyczyniła się do wzrostu w ujęciu rok do roku o 0,7 p.p.

Zgodnie z oczekiwaniami kierownictwa Grupa odnotowała nieznaczny spadek dynamiki wzrostu GMV w ujęciu rok do roku do 16,7%, co wynikało z faktu, że w bieżącym

okresie nie wprowadzono lockdownów ograniczających sprzedaż detaliczną, podczas gdy w listopadzie 2020 r. doszło do zamknięcia centrów handlowych. Biorąc pod uwagę dwuletnią perspektywę wzrostu GMV, w IV kwartale stopa CAGR za okres od 2019 r. do 2021 r. wyniosła 35,6%.

To wysokie tempo wzrostu GMV, mierzone na podstawie dwuletniej stopy CAGR, odzwierciedla zwiększoną częstotliwość zakupów online dokonywanych przez kupujących w następstwie pozytywnych doświadczeń zakupowych oraz rozwijanie nowych nawyków w zakresie zakupów online w czasie obowiązywania lockdownów. Grupa dodatkowo zaspokajała zwiększony popyt, koncentrując się na podstawowych elementach sprzedaży detalicznej, takich jak zwiększenie asortymentu, zapewnienie konkurencyjnych cen i zadowalających warunków dostawy, a także zwiększona popularność abonamentów SMARTI, które dodatkowo zwiększają częstotliwość zakupów. W rezultacie wskaźnik GMV za ostatnie 12 mies. na jednego Aktywnego Kupującego wzrósł do 3 158 PLN i był o 18,0% wyższy niż odnotowany w roku obrotowym 2020. W tym samym czasie liczba Aktywnych Kupujących wzrosła do 13,3 mln w IV kwartale, czyli o 2,9% r/r.

W związku z faktem, że przez cały czwarty kwartał nie wprowadzono ograniczeń w zakresie organizacji imprez masowych, działalność Grupy w obszarze sprzedaży biletów za pośrednictwem platformy eBilet zwiększyła w IV kwartale swój dodatni udział we wzroście GMV r/r, wnosząc 0,7 p.p. do całkowitego wzrostu GMV odnotowanego przez Grupę na poziomie 16,7%, przy czym w porównywalnym kwartale poprzedniego roku wskaźnik GMV przyjmował zasadniczo ujemne wartości z powodu zwrotów wcześniej sprzedanych biletów na wydarzenia. eBilet zanotował w IV kwartale 2021 roku GMV na poziomie 67,7 mln PLN, co było wynikiem tylko o 40,7% niższym od osiągniętego w IV kwartale 2019 roku, przed pierwszymi zakłóceniami spowodowanymi przez Covid.

W IV kwartale 2021 roku Wskaźnik realizacji transakcji osiągnął poziom 9,84%, co oznacza wzrost o 0,41 p.p. w stosunku do IV kwartału 2020 roku i spadek o 0,45 p.p. kw/kw. Poprawa wyników w zakresie monetyzacji Wskaźnika realizacji transakcji w ujęciu rok do roku wynikała głównie z rosnącego udziału współfinansowania przez sprzedających dostaw kurierem w ramach usługi SMART! oraz wprowadzenia w styczniu 2021 r. analogicznych opłat od automatów paczkowych. Ponadto do wyższych wyników Wskaźnika realizacji transakcji przyczyniły się również podwyżki prowizji od sprzedaży w określonych kategoriach i ofertach promowanych wprowadzone w styczniu 2021 roku. W IV kwartale 2021 r. Grupa zwiększyła inwestycje we wsparcie cenowe i rabaty typu pay-for-performance, w tym współfinansowanie programu rabatowego dla sprzedawców na dostawy realizowane następnego dnia. Dodatkowo, w IV kwartale na Wskaźnik realizacji transakcji wpłynęło obniżenie z 80 PLN do 40 PLN stawki MOV dla przesyłek kurierskich z darmową dostawą w ramach programu SMART!, z jednoczesnym wprowadzeniem promocji współfinansowania z zerową stawką dla sprzedawców w związku z wynikającym z tego zwiększeniem liczby przesyłek kurierskich, aby uniknąć znaczących zmian cen w czwartym kwartale, który ma kluczowe znaczenie pod względem sprzedaży. Gdyby Grupa nie podjęła tej zorientowanej na klienta decyzji o przesunięciu terminu rundy podwyższenia współfinansowania na luty 2020 r., szacuje się, że przychody w IV kwartale byłyby wyższe o ok. 40 mln PLN. Opłaty z tytułu współfinansowania takich przesyłek kurierskich zostały wprowadzone od lutego 2022 r. i zgodnie z oczekiwaniami spowodują wzrost Wskaźnika realizacji transakcji.

#### USŁUGI REKLAMOWE

Przychody z usług reklamowych wzrosły o 34,6 mln PLN, czyli o 29,3%, z 118,3 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 152,9 mln PLN w IV kwartale 2021 r. Udział przychodów z usług

reklamowych w GMV wzrósł do poziomu 1,21% w IV kw. 2021 r., podczas gdy rok wcześniej wynosił 1,09%, a w porównaniu z III kw. wzrósł o 0,1 p.p. Wzrost w czwartym kwartale był napędzany przez reklamy ofert sponsorowanych, ponieważ rosnąca penetracja sprzedawców i rosnąca cena za kliknięcie spowodowały ponad przeciętny wzrost w ramach portfela produktów reklamowych. Wolniejsze niż we wcześniejszych kwartałach 2021 r. ogólne tempo wzrostu przychodów z usług reklamowych odzwierciedlało wygasanie silnego popytu na reklamę cyfrową obserwowanego w IV kw. 2020 r., w miarę ponownego wzrostu wydatków marketingowych i ich przenoszenia się do sieci po pierwszych miesiącach zakłóceń związanych z COVID-19. W dalszym ciągu rozwijane były usługi sieci reklamowej, które umożliwiają sprzedawcom korzystanie z Google Adwords w celu kierowania ruchu na własne oferty zamieszczone na platformie Allegro i zwiększanie sprzedaży, a jednocześnie zapewniają efektywny i darmowy ruch na platformę Allegro.

#### PRZYCHODY Z PORÓWNYWARKI CENOWEJ

Przychody z porównywarki cenowej spadły o 8,6 mln PLN, czyli o 13,6%, z 63,2 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 54,6 mln PLN w IV kwartale 2021 r. Spadek ten wynikał z mniejszej liczby kliknięć od klientów zewnętrznych, ponieważ w segmencie e-commerce odnotowano ogólnie niższy wolumen wyszukiwań konsumenckich niż w roku ubiegłym. Wolumen kliknięć został częściowo zastąpiony zwiększonym wykorzystywaniem przez Allegro kanału Ceneo do pozyskiwania ruchu na swoją platformę. Z racji tego, że tego rodzaju transakcje wewnątrzgrupowe podlegają wyłączeniu w procesie konsolidacji, spadek sprzedaży usług porównywarki cenowej do podmiotów zewnętrznych w ujęciu rok do roku był większy niż z spadkiem przychodów ogółem (13,6% wobec 4,9%). Kluczowe wskaźniki KPI dotyczące asortymentu (liczba sprzedawców, widocznych produktów i ofert) rosły w ujęciu rok do roku w tempie dwucyfrowym.

#### SPRZEDAŻ TOWARÓW

Przychody ze sprzedaży towarów wzrosły o 43,5 mln PLN, czyli o 44,2%, z 98,4 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 142,0 mln PLN w IV kwartale 2021 r. Wzrost przychodów ze sprzedaży towarów powyżej tempa wzrostu GMV był w dużej mierze spowodowany wzmocnieniem roli działalności detalicznej Allegro w zwiększaniu ogólnej wartości oferty dla kupujących, pomagającej w zapewnieniu konkurencyjnych cen lub najważniejszych brakujących produktów, w przypadku gdy sprzedający obecni na platformie handlowej nie są w stanie zapewnić najniższych cen na rynku lub brakujących produktów, szczególnie

podczas kluczowych wydarzeń zakupowych, takich jak SMART! Week, Black Week czy Święta Bożego Narodzenia. Przychody ze sprzedaży towarów na platformie stanowiły 1,3% GMV w IV kw. 2021 r. wobec 1,1% w tym samym kwartale roku ubiegłego.

#### KOSZTY OPERACYJNE

Koszty operacyjne wzrosły o 353,6 mln PLN, czyli o 45,0%, z 785,4 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 776,8 mln PLN w IV kwartale 2021 r. Wzrost ten wynikał głównie ze wzrostu kosztów dostaw netto, kosztów usług marketingowych oraz wartości sprzedanych towarów, a także z ujęcia kosztów transakcyjnych związanych z umową nabycia Grupy Mall oraz WE|DO.

#### KOSZTY OBSŁUGI PŁATNOŚCI

Koszty obsługi płatności spadły o 5,8 mln PLN, czyli o 13,7%, z 42,5 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 36,7 mln PLN w IV kwartale 2021 r. Spadek ten wynikał z obniżenia stawek usługodawców zewnętrznych renegotjowanych w III kwartale 2021 roku oraz korzystnych zmian w strukturze płatności, co łącznie z nadwyżką skompensowało wzrost wolumenu sprzedaży na platformie e-commerce Grupy.

#### WARTOŚĆ SPRZEDANYCH TOWARÓW I MATERIAŁÓW

Wartość sprzedanych towarów i materiałów wzrosła o 45,9 mln PLN, czyli o 44,8%, z 102,4 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 148,3 mln PLN w IV kwartale 2021 r. Wzrost ten wynikał głównie ze wzrostu sprzedaży w ramach działalności detalicznej 1P Grupy oraz większego zaangażowania w zapewnienie konkurencyjnych cen lub źródeł zaopatrzenia w kluczowe produkty, co spowodowało spadek marży brutto na sprzedaży o 0,4 p.p. w stosunku do analogicznego kwartału roku ubiegłego.

#### KOSZTY DOSTAW NETTO

Koszty dostaw netto wzrosły o 157,1 mln PLN, czyli o 57,7%, z 272,2 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 429,3 mln PLN w IV kwartale 2021 r. Wzrost ten wynikał głównie z istotnego zwiększenia zarówno liczby, jak i udziału kupujących na platformie e-commerce Grupy, którzy byli użytkownikami programu SMART!, oraz z charakterystycznego dla tego segmentu znacznego wzrostu wydatków spowodowanego dostępnością ofert z darmową dostawą. Wzrost liczby użytkowników programu SMART! w ujęciu rok do roku został wsparty promocją „Roczny abonament za 39 zł”

wprowadzoną w okresie bazowym IV kw. 2020 r. oraz ponownie w IV kw. 2021 r., a także kilkoma kolejnymi ulepszeniami produktu SMART! Ulepszenia produktu obejmowały wprowadzenie „SMART! na Start”, czyli programu pięciu darmowych dostaw, wprowadzenie krótkoterminowej promocji nielimitowanych dostaw w „Smart na Start” podczas kampanii Smart! Week w 2021 roku, wprowadzenie płatności za pobraniem oraz stopniowe obniżanie stawki MOV na przesyłki kurierskie ze 100 PLN do 80 PLN w lutym 2021 roku i do 40 PLN we wrześniu 2021 roku. Ponadto zmiany w wymaganiach programu SMART! dla handlowców zwiększyły dostępność przesyłek kurierskich dla ofert SMART! do poziomu blisko 100% w IV kwartale 2021 r.

Z perspektywy kosztowej różne działania podjęte w celu usprawnienia obsługi kurierskiej w ramach produktu SMART! zwiększyły udział dostaw kurierskich, które są droższe niż dostawy do automatów paczkowych czy punktów odbioru, w kosztach usługi SMART! o 19,6 p.p. r/r w IV kw. 2021 r. stosunku do IV kw. 2020 r. Średni koszt dostawy SMART! wzrósł o 7,8% w porównaniu z analogicznym kwartałem roku ubiegłego, z czego 3,2 punktu procentowego wynikało ze wzrostu udziału przesyłek kurierskich w strukturze dostaw.

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

#### KOSZTY USŁUG MARKETINGOWYCH

Koszty usług marketingowych wzrosły o 60,5 mln PLN, czyli o 35,9%, z 168,9 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 229,4 mln PLN w IV kwartale 2021 r. Wydatki na reklamę pay-per-click (PPC), mające na celu zwiększenie pozyskiwania ruchu internetowego, wzrosły o 28,0% r/r w IV kwartale 2021 r. Utrzymuje się silna konkurencja o kupujących w Internecie, co powoduje wzrost kosztów pozyskania kliknięcia w ujęciu rok do roku. Dzięki ciągłej poprawie konwersji zakupionego ruchu i wyższym wskaźnikom realizacji transakcji wskaźniki ROI dla tego głównego składnika wydatków marketingowych pozostały na bardzo wysokim poziomie. Grupa zwiększyła również nakłady na marketing marki w IV kw. 2021 r. o +70,1% w celu wsparcia kampanii Smart! Week, Black Week i kampanii świątecznej, a także zmniejszenia rozpoznanych barier w każdym segmencie kupujących i zwiększenia ToM w kluczowych kategoriach zakupowych.

## KOSZTY PRACOWNICZE

Koszty pracownicze wzrosły o 19,9 mln PLN, czyli o 14,9%, z 133,2 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 153,1 mln PLN w IV kwartale 2021 r. W okresie porównawczym koszty pracownicze uwzględniały kwotę 10,9 mln PLN dotyczącą akcji przyznanych pracownikom podczas IPO, a także kwotę 0,4 mln PLN związaną ze wsparciem pracowników w związku z COVID-19. W IV kwartale 2021 r. na pozycje jednorazowe ujęte w kosztach pracowniczych złożyły się koszty płatności w formie akcji własnych w wysokości 4,1 mln PLN związane z nowym Programem Motywacyjnym Allegro oraz wydatki na wyposażenie ochronne przeciw COVID-19 w wysokości 0,3 mln PLN. W ujęciu porównywalnym, tj. z wyłączeniem powyższych kosztów jednorazowych w obu okresach, koszty pracownicze wzrosłyby o 21,8% r/r. Powyższy wzrost kosztów pracowniczych wynikał ze wzrostu zatrudnienia o 33,4% r/r, przy czym działania rekrutacyjne koncentrowały się na kluczowych obszarach organizacji, takich jak obszary Technologii, Handlu, Doświadczeń w Zakresie Dostaw i Doświadczeń Klienta, a także ze wzrostu wynagrodzeń zasadniczych, przy jednoczesnej nadmiernej indeksacji w zakresie rekrutacji na stanowiska techniczne i kierownicze średniego szczebla, jednakże zmiany te częściowo zrównoważyło naliczenie premii rocznej przy niższym oczekiwanym poziomie wypłaty niż w roku poprzednim.

## KOSZTY USŁUG IT

Koszty usług IT wzrosły o 10,5 mln PLN, czyli o 55,1%, z 19,2 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 29,7 mln PLN w IV kwartale 2021 r. Wzrost ten wynikał głównie z nowych licencji dotyczących wprowadzenia nowego oprogramowania i wzrostu kosztu usług informatycznych w związku z rozbudową przepustowości platformy technicznej, w tym wykorzystania zewnętrznej chmury obliczeniowej, w związku zarówno z rosnącymi wymaganiami w zakresie pamięci masowej dla aktywnych ofert na platformie e-commerce Grupy, jak i wymaganiami w zakresie pojemności dla rosnącej liczby rozwiązań opartych na uczeniu maszynowym wykorzystywanych w działalności Grupy.

## POZOSTAŁE KOSZTY

Pozostałe koszty wzrosły o 17,0 mln PLN, czyli o 40,4%, z 42,3 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 59,3 mln PLN w IV kwartale 2021 r. Pozycje wyłączone ze Skorygowanej EBITDA w ramach pozostałych kosztów w IV kwartale 2021 r. obejmowały koszty postępowań regulacyjnych w kwocie 3,8 mln PLN, podczas gdy w IV kwartale 2020 r.

ujęto koszty postępowań regulacyjnych w kwocie 4,4 mln PLN, koszty restrukturyzacji i rozwoju grupy w kwocie 4,4 mln PLN oraz koszty monitoringu w kwocie 1,0 mln PLN. W ujęciu porównywalnym, tj. z wyłączeniem powyższych kosztów jednorazowych w obu okresach, pozostałe koszty wzrosłyby o 51,5% r/r, przy czym wzrost ten wynika głównie ze zwiększonych kosztów doradztwa i zaangażowania wykonawców na zasadzie outsourcingu w związku z rozwijaniem nowych produktów i usług, w tym usług doradztwa informatycznego związanych z programem podnoszenia jakości obsługi klienta, projektami związanymi z poprawą jakości obsługi klienta oraz bieżącymi pracami nad rozwojem katalogu produktów.

## ODPISY NETTO Z TYTUŁU 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 wzrosły o 17,9 mln PLN, czyli o 440,5%, z 4,1 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 22,0 mln PLN w IV kwartale 2021 r. Wzrost ten wynikał głównie z wyższego o 21,5% poziomu sprzedaży na platformie e-commerce Grupy oraz zwiększenia rezerw w związku z gorszą niż w 2020 roku ściągalnością należności od sprzedawców. Ponadto dane porównawcze za poprzedni rok są korzystniejsze dzięki rozwiązaniu dodatkowej rezerwy wynikającej z wydłużenia terminów płatności dla sprzedających należących do kategorii MŚP z 14 do 60 dni w odpowiedzi na pandemię COVID-19 w wysokości 3,6 mln PLN, która została utworzona wcześniej w 2020 roku i która okazała się zbyt ostrożna. W przypadku pożyczek konsumenckich oczekiwane straty kredytowe wzrosły do 2,6 mln PLN z 1,1 mln PLN w roku poprzednim i wyniosły 0,3% wartości pożyczek udzielonych w IV kwartale 2021 r. w porównaniu do 1,4% w okresie porównywalnym, co świadczy o ścisłej kontroli kredytowej i skutecznych procesach windykacyjnych w obu okresach.

## KOSZTY TRANSAKCYJNE

Koszty transakcyjne wyniosły 31,3 mln PLN w IV kwartale 2021 r. w porównaniu do 0,7 mln PLN w IV kwartale 2020 r. Dane za okres porównawczy zawierały jednorazowe koszty związane z IPO w wysokości 0,7 mln PLN, natomiast koszty bieżącego okresu w wysokości 31,3 mln PLN dotyczyły głównie przejęcia Grupy Mall / WE|DO.

## ZYSK Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ PRZED AMORTYZACJĄ

Zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją wzrósł o 51,9 mln PLN, czyli o 10,1%, z 513,5 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 461,6 mln PLN w IV kwartale 2021 r. na skutek wpływu wyżej opisanych czynników. Wynik ten uwzględnia kwotę 39,6 mln PLN jednorazowych korekt EBITDA wykazanych w omawianym okresie, związanych głównie z przejściem Grupy Mall, w porównaniu do jednorazowych korekt w wysokości 20,0 mln PLN, związanych głównie z przyznaniem akcji dla pracowników w ramach IPO oraz opisanymi powyżej kosztami restrukturyzacji Grupy, wykazanymi w poprzednim roku. Bez uwzględnienia wpływu tych pozycji jednorazowych, zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją zmniejszyłby się o 6,1%.

## AMORTYZACJA WARTOŚCI NIEMATERIALNYCH I PRAWNYCH

Amortyzacja wartości niematerialnych i prawnych wzrosła o 12,4 mln PLN, czyli o 12,2%, z 102,2 mln PLN za IV kwartał 2020 r. do 114,6 mln PLN za IV kwartał 2021 r. Wzrost ten wynikał przede wszystkim ze zwiększenia stanu wartości niematerialnych i prawnych związanych z kapitalizowanymi kosztami prac rozwojowych projektów, które zostały zakończone i oddane do użytkowania w okresie ostatnich dwunastu miesięcy.

## AMORTYZACJA ŚRODKÓW TRWAŁYCH

Amortyzacja środków trwałych wzrosła o 8,8 mln PLN, czyli o 53,2%, z 16,5 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 25,2 mln PLN w IV kwartale 2021 r. Wzrost ten wynikał głównie z amortyzacji aktywów z tytułu prawa do użytkowania wynikających z nowych umów leasingu dotyczących powierzchni biurowej, magazynowej i automatów paczkowych Allegro, a także amortyzacji dodatkowych komputerów i sprzętu biurowego w związku z rozwojem organizacji i rozbudową parków serwerowych niezbędnych do obsługi platformy handlowej.

## ZYSK Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ

Zysk z działalności operacyjnej zmniejszył się o 73,1 mln PLN, czyli o 18,5%, z 394,9 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 321,8 mln PLN w IV kwartale 2021 r. Spadek zysku z działalności operacyjnej w IV kwartale 2021 r. w ujęciu rok do roku wynikał przede wszystkim ze wzrostu kosztów netto dostaw wynikającego ze zwiększenia bazy wysoce zaangażowanych klientów SMART!, a także rosnącego

udziału droższych przesyłek kurierskich w strukturze przesyłek Smart!, który spowodował wzrost kosztów dostawy, a także sezonowy wzrost inwestycji w marketing i budowanie potencjału zespołu, co zrównoważyło wzrost Wskaźnika realizacji transakcji oraz wzrost udziału przychodów z usług reklamowych. Na Wskaźnik realizacji transakcji w IV kwartale wpłynęła również ograniczona czasowo promocja zerowej stawki współfinansowania przesyłek kurierskich przy zamówieniach od 40 PLN do 80 PLN. Wyłączając wpływ netto pozycji ujętych w korektach zysku EBITDA, który był o 19,6 mln PLN wyższy niż w IV kwartale 2020 r., zysk z działalności operacyjnej spadł o 53,5 mln PLN, czyli 12,9%.

## KOSZTY FINANSOWE NETTO

Koszty finansowe netto w IV kwartale 2021 r. wyniosły 70,2 mln PLN, co oznacza brak istotnych zmian w stosunku do poprzedniego kwartału. W porównaniu z rokiem ubiegłym wzrosły zarówno przychody jak i koszty z tytułu odsetek, przy czym koszty netto wzrosły łącznie o 2,6 mln PLN w związku ze wzrostem rynkowych stóp procentowych odnotowanym w czwartym kwartale. Zostało to częściowo skompensowane spadkiem Wpływów netto z tytułu instrumentów zabezpieczających ryzyko stopy procentowej o 6,5% r/r, tj. o 1,0 mln PLN, w związku z obserwowanym w IV kwartale wzrostem stóp procentowych WIBOR.

Odroczone koszty finansowania z tytułu wcześniej zaciągniętych przez Grupę kredytów zostały odpisane w drugiej połowie 2020 r. w związku z przedterminową spłatą dokonaną w wyniku transakcji refinansowania. Koszty w wysokości 10,7 mln PLN wykazane w IV kwartale 2020 r. dotyczą części całej kwoty wynoszącej 143,4 mln PLN, przypadającej na IV kwartał.

[2] Aktywni pracownicy, zatrudnieni w oparciu o umowę o pracę

w mln PLN (niebadane)	Q4 2021	Q4 2020	Zmiana %
Przychody odsetkowe z tytułu lokat i środków na rachunkach bankowych	2,3	0,4	439,6%
Pozostałe przychody finansowe	0,1	3,3	(97,2%)
<b>Przychody finansowe</b>	<b>2,4</b>	<b>3,7</b>	<b>(35,9%)</b>
Odroczone koszty kredytów i pożyczek	—	(10,7)	(100,0%)
Odsetki zapłacone i przypadające do zapłaty od zobowiązań finansowych	(47,0)	(42,5)	10,5%
Koszt przedterminowej spłaty Kredytu Drugorzędnego	—	(0,1)	(100,0%)
Instrument zabezpieczający stopę procentową	(14,2)	(15,2)	(6,5%)
Odsetki z tytułu leasingu	(1,7)	(0,7)	149,4%
Wycena aktywów finansowych	(6,2)	—	N/A
Prowizja za dostępność kredytu odnawialnego	(1,2)	(0,9)	37,9%
Ujemne różnice kursowe netto	(0,2)	(0,2)	25,4%
Pozostałe koszty finansowe	(2,0)	(3,6)	(43,5%)
<b>Koszty finansowe</b>	<b>(72,6)</b>	<b>(73,9)</b>	<b>(1,8%)</b>
<b>Koszty finansowe netto</b>	<b>(70,2)</b>	<b>(70,2)</b>	<b>0,0%</b>

## ZYSK PRZED OPODATKOWANIEM

Zysk przed opodatkowaniem zmniejszył się o 73,1 mln PLN, czyli o 22,5%, z 324,7 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 251,6 mln PLN w IV kwartale 2021 r. w wyniku wyżej opisanych czynników.

## PODATEK DOCHODOWY

Podatek dochodowy zmniejszył się o 12,3 mln PLN, czyli o 19,2%, z 64,1 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 51,8 mln PLN w IV kwartale 2021 r. Efektywna stopa podatku Grupy za IV kwartał 2020 r. i IV kwartał 2021 r. wynosiła odpowiednio 19,8% i 20,6%, 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.

w mln PLN (niebadane)	Q4 2021	Q4 2020	Zmiana %
Podatek dochodowy bieżący	(83,0)	(93,8)	(11,5%)
(Zwiększenie) / Zmniejszenie stanu rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego	31,2	29,7	5,1%
<b>Obciążenie z tytułu podatku dochodowego</b>	<b>(51,8)</b>	<b>(64,1)</b>	<b>(19,2%)</b>

## ZYSK NETTO

Zysk netto zmniejszył się o 60,8 mln PLN, czyli o 23,3%, z 260,6 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 199,7 mln PLN w IV I kwartale 2021 r. w wyniku wyżej omówionych czynników.

## SKORYGOWANY ZYSK NETTO

Skorygowany zysk netto zmniejszył się o 49,8 mln PLN, czyli o 17,3% r/r, z 287,6 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 237,7 mln PLN w IV kwartale 2021 r., po wyłączeniu korekt EBITDA w wysokości 39,6 mln PLN oraz skutków podatkowych powyższych korekt w wysokości 1,6 mln PLN. Poniższa tabela przedstawia uzgodnienie pomiędzy raportowanym a skorygowanym zyskiem netto w analizowanym okresie

Uzgodnienie skorygowanego zysku netto, w mln PLN (niebadane)	Q4 2021	Q4 2020	Zmiana %
<b>Zysk netto</b>	<b>199,7</b>	<b>260,6</b>	<b>(23,3%)</b>
Korekty EBITDA	39,6	20,0	98,1%
<b>Korekta wyniku na działalności finansowej</b>	<b>—</b>	<b>10,8</b>	<b>(100,0%)</b>
Koszt przedterminowej spłaty Kredytu Drugorzędnego <sup>[1]</sup>	—	0,1	(100,0%)
Odpis odroczonej kosztów kredytów i pożyczek <sup>[2]</sup>	—	10,7	(100,0%)
<b>Wpływ podatkowy korekt</b>	<b>(1,6)</b>	<b>(3,7)</b>	<b>(56,9%)</b>
<b>Skorygowany zysk netto</b>	<b>237,7</b>	<b>287,6</b>	<b>(17,3%)</b>

[1] Oznacza opłaty z tytułu przedterminowej spłaty Kredytu Drugorzędnego.

[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 bilansowa istniejących kredytów została zmieniona celem odzwierciedlenia oczekiwanej przedterminowej pełnej spłaty 14 października 2020 r. W wyniku tej decyzji wartość bilansowa istniejących kredytów według zamortyzowanego kosztu wzrosła o 143,4 mln PLN, przy czym ujęta została równoważna kwota odroczonej kosztów finansowania zewnętrznego jako niepieniężny koszt finansowy. Powyższa kwota stanowi część kosztów całkowitych, ujętą w IV kwartale 2020 r.



## INNE CAŁKOWITE DOCHODY

Inne całkowite dochody wzrosły o 121,5 mln PLN, czyli o 1 094,4%, z 11,1 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 132,6 mln PLN w IV kwartale 2021 r. Wzrost ten wynikał głównie korzystnych zmian wyceny kontraktów swap zamieniających zmienną stopę procentową na stałą, odzwierciedlających silny trend wzrostowy rentowności rynkowych stóp procentowych, obserwowany w ostatnim kwartale 2021 roku.

### 2.2.2. PRZEGLĄD WYNIKÓW ZA ROK OBROTOWY 2021

#### WYNIK NA DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ

Poniższa tabela przedstawia skrócone skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów Grupy za rok obrotowy 2021 i rok obrotowy 2020.

Skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów, w mln PLN (badane)	Rok obrotowy 2021	Rok obrotowy 2020	Zmiana %
<b>Przychody</b>	<b>5 352,9</b>	<b>3 997,8</b>	<b>33,9%</b>
Przychody platformy handlowej	4 319,2	3 231,0	33,7%
Usługi reklamowe	477,1	337,8	41,2%
Przychody z porównywarkei cenowej	180,6	190,0	(4,9%)
Sprzedaż towarów	333,8	216,6	54,1%
Pozostałe przychody	42,1	22,4	88,1%
<b>Koszty operacyjne</b>	<b>(3 359,1)</b>	<b>(2 411,0)</b>	<b>39,3%</b>
Koszty obsługi płatności	(142,6)	(152,9)	(6,7%)
Wartość sprzedanych towarów i materiałów	(341,1)	(222,7)	53,2%
Koszty dostaw netto	(1 246,2)	(692,5)	80,0%
Koszty usług marketingowych	(661,6)	(564,7)	17,2%
Koszty pracownicze	(555,2)	(490,1)	13,3%
Koszty usług IT	(100,9)	(61,4)	64,4%
Pozostałe koszty	(195,0)	(125,8)	55,1%
Odpisy netto z tytułu utraty wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów z klientami	(66,7)	(39,4)	69,3%
Koszty transakcyjne	(49,8)	(61,6)	(19,1%)
<b>Zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją (EBITDA)</b>	<b>1 993,7</b>	<b>1 586,8</b>	<b>25,6%</b>
<b>Amortyzacja</b>	<b>(520,8)</b>	<b>(463,8)</b>	<b>12,3%</b>

## CAŁKOWITE DOCHODY OGÓŁEM

Całkowite dochody ogółem wzrosły o 60,7 mln PLN, czyli o 22,3%, z 271,7 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 332,3 mln PLN w IV kwartale 2021 r. w wyniku wyżej omówionych czynników.

Skonsolidowane sprawozdanie z całkowitych dochodów, w mln PLN (badane)	Rok obrotowy 2021	Rok obrotowy 2020	Zmiana %
Amortyzacja wartości niematerialnych i prawnych	(435,4)	(400,2)	8,8%
Amortyzacja środków trwałych	(85,4)	(63,6)	34,3%
<b>Zysk z działalności operacyjnej</b>	<b>1 472,9</b>	<b>1 123,0</b>	<b>31,2%</b>
<b>Wynik z działalności finansowej</b>	<b>(114,8)</b>	<b>(506,3)</b>	<b>(77,3%)</b>
Przychody finansowe	114,4	17,0	574,2%
Koszty finansowe	(229,7)	(519,1)	(55,7%)
(Dodatnie)/ujemne różnice kursowe	0,5	(4,2)	N/A
<b>Zysk/(strata) przed opodatkowaniem</b>	<b>1 358,1</b>	<b>616,7</b>	<b>120,2%</b>
<b>Podatek dochodowy</b>	<b>(268,5)</b>	<b>(198,1)</b>	<b>35,5%</b>
<b>Zysk/(strata) netto</b>	<b>1 089,6</b>	<b>418,6</b>	<b>160,3%</b>
<b>Inne całkowite dochody/(straty)</b>	<b>240,9</b>	<b>(74,7)</b>	<b>N/A</b>
<b>Razem całkowite dochody/(strata) za okres obrotowy</b>	<b>1 330,5</b>	<b>343,8</b>	<b>287,0%</b>

## PRZYCHODY

Przychody wzrosły o 1 355,1 mln PLN, czyli o 33,9%, z 3 997,8 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 5 352,9 mln PLN w roku obrotowym 2021 r. W perspektywie dwuletniej, obejmującej okres od 2019 r. do 2021 r., oznacza to stopę wzrostu CAGR na poziomie 43,7% w roku obrotowym 2021. 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 1 088,2 mln PLN, czyli o 33,7%, z 3 231,0 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 4 319,2 mln PLN w roku obrotowym 2021. Wzrost ten wynikał głównie ze wzrostu GMV o 21,3% r/r w roku obrotowym oraz wzrostu Wskaźnika realizacji transakcji o 0,96 p.p. r/r w całym 2021 r. do poziomu 10,23%. Wzrost GMV w tym okresie był prawie w całości napędzany przez platformę Allegro, przy czym negatywny pozytywny wpływ, rzędu 0,2 p.p., miały utrzymujące się surowe ograniczenia związane z lockdownem, które skutkowały ograniczeniem imprez publicznych, co z kolei przełożyło się na sprzedaż biletów przez eBilet przez większość pierwszego półrocza 2021 r., przy czym ograniczenia są stopniowo łagodzone od maja 2021 r.

Wzrost GMV Grupy w roku obrotowym 2021 wyniósł 21,3% r/r, zgodnie z oczekiwaniami kierownictwa, przy czym tempo wzrostu było bardzo zróżnicowane w poszczególnych kwartałach ze względu na skutki pandemii COVID-19. W reakcji na fale zagrożeń wynikających z epidemii COVID-19 polski rząd nakazał zamknięcie wszystkich tradycyjnych punktów sprzedaży detalicznej, które nie służyły zaspokajaniu podstawowych potrzeb klientów, w okresie od marca do maja 2020 r., a następnie trzykrotnie – w listopadzie 2020 r., styczniu 2021 r. oraz w marcu 2021 r. – wprowadził mniej surowe ograniczenia, polegające przede wszystkim na zamknięciu centrów handlowych. To zakłócenie normalnych schematów zakupów zwiększyło popyt na usługi e-commerce przyspieszyło przejście na regularne dokonywanie zakupów przez Internet. Ponadto w okresie obowiązywania najbardziej dotkliwych ograniczeń wprowadzonych w ramach lockdownu obowiązującego od marca do maja 2020 r. Grupa udostępniła swój Program SMART!, z bezpłatną dostawą, wszystkim Aktywnym Kupującym, którzy postanowili się zarejestrować, co zaowocowało osiągnięciem w drugim kwartale 2020 r. najwyższego wskaźnika wzrostu w ujęciu rok do roku na poziomie 71,5%. W wyniku nałożenia się na siebie tej serii zdarzeń zakłócających na przestrzeni roku, w I kwartale 2021 r. osiągnięto wzrost o 46,1% w porównaniu z analogicznym okresem roku poprzedniego, który tylko w minimalnym stopniu był dotknięty skutkami wybuchu pandemii COVID-19, w II kwartale

odnotowano wzrost o 10,6% w porównaniu z okresem, w którym występowały największe zakłócenia i osiągnięto najwyższy w roku poprzednim poziom popytu, w III kwartale nastąpiło przyspieszenie wzrostu do 19,9%, przy czym w kwartale tym – zarówno w bieżącym, jak i poprzednim roku – wpływ pandemii COVID-19 był minimalny, a w IV kwartale nastąpiło delikatne spowolnienie dynamiki wzrostu w ujęciu rok do roku do 16,7%, spowodowane brakiem ograniczeń w bieżącym okresie, podczas gdy w okresie porównawczym, a konkretnie w listopadzie, centra handlowe były zamknięte. Patrząc przez pryzmat tych wydarzeń na dwuletnią stopę wzrostu CAGR dla okresu od 2019 do 2021 r., wzrost GMV za rok obrotowy 2021 wyniósł 36,7%, co zdecydowanie przewyższa trend notowany przed wybuchem pandemii, zgodnie z którym stopa wzrostu wyniosła od 20% do 25%.

To wyższe tempo wzrostu GMV, mierzone na podstawie dwuletniej stopy CAGR, odzwierciedla zwiększoną częstotliwość zakupów online dokonywanych przez kupujących w następstwie pozytywnych doświadczeń zakupowych oraz rozwijanie nowych nawyków w zakresie zakupów online w czasie obowiązywania lockdownów. Grupa dodatkowo zaspokajała zwiększony popyt, koncentrując się na podstawowych elementach sprzedaży detalicznej, takich jak zwiększenie asortymentu, zapewnienie konkurencyjnych cen i zadowalających warunków dostawy, a także zwiększona popularność abonamentów SMART!, które dodatkowo zwiększają częstotliwość zakupów. W rezultacie wskaźnik GMV za ostatnie 12 mies. na jednego Aktywnego Kupującego wzrósł do 3 158 PLN i był o 18,0% wyższy niż odnotowany w roku obrotowym 2020. W tym samym czasie liczba Aktywnych Kupujących wzrosła do 13,5 mln, co oznacza wzrost o 2,9% r/r.

Działalność Grupy w zakresie sprzedaży biletów za pośrednictwem platformy eBilet została efektywnie wznowiona w drugim kwartale 2021 r. wraz ze wznowieniem od połowy maja organizacji imprez masowych i od tego czasu odnotowuje zdecydowany powrót do wolumenów sprzedaży notowanych ostatnio w pierwszym kwartale 2020 r. W roku obrotowym 2021 eBilet zwiększył wskaźnik GMV o 134,5% r/r, a jego wkład w całkowity wzrost GMV w Grupie wyniósł 0,2 p.p.

W roku obrotowym 2021 Wskaźnik realizacji transakcji wyniósł 10,23%, co oznacza wzrost o 0,96 p.p. r/r. Poprawa wyników w zakresie monetyzacji Wskaźnika realizacji transakcji wynikała głównie z wprowadzenia w czerwcu 2020 r. prowizji od opłat za dostawę ponoszonych przez kupujących (standardowa praktyka rynkowa mająca na celu zwalczanie sztucznie zawyżanych cen dostaw), wprowadzenia w kwietniu 2020 r. współfinansowania przez

sprzedających dostaw kurierem w ramach usługi SMART! oraz wprowadzenia w styczniu 2021 r. analogicznych opłat od automatów paczkowych. Ponadto do wyższych wyników Wskaźnika realizacji transakcji przyczyniły się również podwyżki prowizji od sprzedaży w określonych kategoriach i ofertach promowanych wprowadzone w styczniu 2021 roku.

#### USŁUGI REKLAMOWE

Przychody z usług reklamowych wzrosły o 139,3 mln PLN, czyli o 41,2%, z 337,8 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 477,1 mln PLN w roku obrotowym 2021. Wzrost ten wynikał głównie z dobrych wyników osiągniętych z reklam ofert sponsorowanych, napędzanych przez większą liczbę sprzedawców kupujących reklamy ofert sponsorowanych oraz rosnącą cenę za każde kliknięcie. Wzrost ten wynikał również z poprawy wyników reklamy cyfrowej dzięki znacznej poprawie popytu, w szczególności ze strony największych marek, po zeszłorocznym załamaniu spowodowanym przez pandemię COVID-19. Wzrost przychodów z reklam cyfrowych wynikał również ze skalowalności nowych rozwiązań samoobsługowych, dzięki którym klienci korzystający z reklamy cyfrowej mieli łatwiejszy dostęp do produktów reklamowych. Przez cały okres rozwijane były usługi sieci reklamowej, które umożliwiają sprzedawcom korzystanie z Google Adwords w celu kierowania ruchu na własne oferty zamieszczone na platformie Allegro i zwiększanie sprzedaży, a jednocześnie zapewniają efektywne i darmowe ruch na platformę Allegro.

#### PRZYCHODY Z PORÓWNYWARKI CENOWEJ

Przychody z porównywarki cenowej zmniejszyły się o 9,3 mln PLN, czyli o 4,9%, z 190,0 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 180,6 mln PLN w roku obrotowym 2021. Spadek ten wynikał przede wszystkim z rosnącego udziału usług porównywania cen przejętych przez platformę Allegro, co przełożyło się na wyższy udział przychodów wewnątrzgrupowych, które podlegają eliminacji w procesie konsolidacji, a także z niższej liczby kliknięć od klientów zewnętrznych, ponieważ w segmencie e-commerce odnotowano ogólny spadek liczby wyszukiwań konsumenckich w porównaniu z rokiem ubiegłym. Z racji tego, że tego rodzaju transakcje wewnątrzgrupowe podlegają wyłączeniu w procesie konsolidacji, odnotowano spadek sprzedaży usług porównywarki cenowej do podmiotów zewnętrznych w ujęciu rok do roku (-4,9%), natomiast z perspektywy przychodów ogółem (tj. bez wyłączenia transakcji wewnątrzgrupowych) odnotowano wzrost o +6,6% r/r. Pomimo presji na przychody, kluczowe wskaźniki KPI dotyczące asortymentu (liczba sprzedawców, widocznych produktów i ofert) rosła w ujęciu rok do roku w tempie dwucyfrowym.

#### SPRZEDAŻ TOWARÓW

Przychody ze sprzedaży towarów wzrosły o 117,2 mln PLN, czyli o 54,1%, z 216,6 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 333,8 mln PLN w roku obrotowym 2021, przy czym przychody ze sprzedaży towarów 1P stanowiły 0,9% łącznego GMV w roku obrotowym 2021 i 0,7% łącznego GMV w roku obrotowym 2020. Wzrost ten wynika z większego nacisku na wykorzystanie handlu detalicznego 1P w celu zwiększenia ogólnej propozycji wartości dla kupujących, pomagającej w zapewnieniu konkurencyjnych cen lub najważniejszych brakujących produktów, w przypadku gdy sprzedający obecni na platformie handlowej nie są w stanie zapewnić najniższych cen lub pozyskać produktów, szczególnie podczas kampanii eventów zakupowych, takich jak SMART!, Week, Black Week czy Święta Bożego Narodzenia.

#### KOSZTY OPERACYJNE

Koszty operacyjne wzrosły o 948,2 mln PLN, czyli o 39,3%, z 2 411,0 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 3 359,1 mln PLN w roku obrotowym 2021. Wzrost ten wynikał głównie ze wzrostu kosztów dostaw netto, wartości sprzedanych towarów, kosztów usług marketingowych, IT oraz innych kosztów, które zostały częściowo skompensowane przez brak wystąpienia w bieżącym roku kosztów transakcyjnych związanych z IPO, jak miało to miejsce w roku obrotowym 2020.

#### KOSZTY OBSŁUGI PŁATNOŚCI

Koszty obsługi płatności spadły o 10,3 mln PLN, czyli o 6,7%, z 152,9 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 142,6 mln PLN w roku obrotowym 2021. Spadek ten wynikał z obniżenia stawek usługodawców zewnętrznych naliczanych za każdą transakcję w związku z rabatami, które rosły po osiągnięciu uzgodnionych progów wolumenu, które zrównoważyło wyższy poziom sprzedaży na platformie e-commerce Grupy oraz dalszych obniżek stawek wynegocjowanych w III kwartale 2021 r., a także pozytywnych trendów w zakresie struktury płatności w kierunku tańszych metod.

#### WARTOŚĆ SPRZEDANYCH TOWARÓW I MATERIAŁÓW

Wartość sprzedanych towarów i materiałów wygenerowana z handlu detalicznego wzrosła z 118,4 mln PLN, czyli o 53,2%, z 222,7 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 341,1 mln PLN w roku obrotowym 2021. Wzrost ten wynikał głównie ze wzrostu sprzedaży w ramach działal-

ności detalicznej 1P Grupy, a marża brutto na sprzedaży wzrosła o 0,6 p.p. w stosunku do analogicznego okresu roku ubiegłego w wyniku zastosowania zoptymalizowanego algorytmu korygowania błędów cenowych, lepszej efektywności kosztowej oraz ogólnej poprawy realizacji procesów zakupowych.

#### KOSZTY DOSTAW NETTO

Koszty dostaw netto wzrosły o 553,7 mln PLN, czyli o 80,0%, z 692,5 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 1 246,2 mln PLN w roku obrotowym 2021. Po skorygowaniu o 82,8 mln PLN kosztów bezpłatnego udostępnienia programu SMART! zaklasyfikowane jako koszty usług marketingowych w okresie bazowym wzrost ten wyniósł 60,7% r/r.

Wzrost ten wynikał głównie z istotnego zwiększenia zarówno liczby, jak i udziału kupujących na platformie e-commerce Grupy, którzy byli użytkownikami programu SMART!, oraz z charakterystycznego dla tego segmentu znacznego wzrostu wydatków spowodowanego dostępnością ofert z darmową dostawą. Wzrost liczby użytkowników programu SMART! w ujęciu rok do roku został wsparty promocją „Roczny abonament za 39 zł” wprowadzoną w IV kw. 2020 r. oraz ponownie w IV kw. 2021 r., a także kilkoma kolejnymi ulepszeniami produktu SMART!, w tym wprowadzeniem „SMART! na Start”, czyli programu pięciu darmowych dostaw, tymczasowej promocji nielimitowanych dostaw w „Smart na Start” podczas kampanii Smart! Week w 2021 roku, wprowadzeniem płatności za pobraniem oraz stopniowym obniżaniem stawki MOV na przesyłki kurierskie ze 100 PLN do 80 PLN w lutym 2021 roku i do 40 PLN we wrześniu 2021 roku. Ponadto zmiany w wymaganiach programu SMART! dla handlowców zwiększyły dostępność przesyłek kurierskich dla ofert SMART! do poziomu blisko 100%.

Z perspektywy kosztowej różne działania podjęte w celu usprawnienia obsługi kurierskiej w ramach produktu SMART! zwiększyły udział dostaw kurierskich, które są droższe niż dostawy do automatów paczkowych czy punktów odbioru, w kosztach usługi SMART! o 9,8 p.p. r/r w roku obrotowym 2021 w stosunku do roku obrotowego 2020. Średni koszt dostawy SMART! wzrósł o 6,9% w porównaniu z rokiem ubiegłym, z czego 0,9% wynikało ze wzrostu udziału przesyłek kurierskich w strukturze dostaw.

Wynikający z tego wzrost średniego kosztu dostawy SMART! został tylko częściowo zrekomensowany przez wyższe przychody z tytułu współfinansowania usług kurierskich w roku 2021, ponieważ w ciągu roku po obniżeniu stawki MOV dla usług kurierskich zarówno w lutym, jak

i we wrześniu zastosowano promocje z zerową stawką współfinansowania, aby złagodzić krótkoterminowy wpływ współfinansowania na sprzedawców w odpowiednich przedziałach wartości zamówień.

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

#### KOSZTY USŁUG MARKETINGOWYCH

Koszty usług marketingowych wzrosły o 97,0 mln PLN, czyli o 17,2%, z 564,7 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 661,6 mln PLN w roku obrotowym 2021. W ubiegłym roku na tę pozycję kosztów składało się 82,8 mln PLN kosztów dostaw do osób, które na próbę skorzystały z darmowej usługi SMART! oferowanej w ramach działań CSR będących odpowiedzią na pierwszy, restrykcyjny lockdown wprowadzony w związku z pandemią COVID-19. Po wyłączeniu tej kwoty koszty usług marketingowych wzrosły o 38,8% w stosunku do okresu porównywalnego. Wydatki na reklamę pay-per-click (PPC) wzrosły o 36,9% r/r. Zwiększona konkurencja o kupujących w związku z pełnym uruchomieniem tradycyjnych sklepów w II kwartale 2021 r. spowodowała wzrost kosztów pozyskania kliknięcia, podobnie jak wzrost stawek za kliknięcie w reklamę odnotowany przez Grupę na własnej platformie Allegro. Niemniej dzięki poprawie konwersji zakupionego ruchu i wyższym wskaźnikom realizacji transakcji wskaźniki ROI dla tego głównego składnika wydatków marketingowych pozostały na bardzo wysokim poziomie. Inwestycje w marketing marki w 2021 roku wzrosły o 37,2% r/r, głównie w celu wsparcia kampanii Smart Week, Black Week i kampanii świątecznych, dostarczenia ukierunkowanych komunikatów marketingowych do określonych segmentów kupujących oraz zwiększenia udziału w głosie w kluczowych kategoriach zakupowych. W pozycji kosztów usług marketingowych ujęte zostały koszty darowizn na rzecz sektora ochrony zdrowia oraz organizacji charytatywnych i pozarządowych związane z pandemią COVID-19 w wysokości 2,3 mln PLN w okresie bieżącym i PLN 6,9 mln w okresie bazowym, które zostały uwzględnione jako koszty jednorazowe w uzgodnieniu Skorygowanej EBITDA.

#### KOSZTY PRACOWNICZE

Koszty pracownicze wzrosły o 65,1 mln PLN, czyli o 13,3%, z 490,1 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 555,2 mln PLN w roku obrotowym 2021. W okresie porównawczym

koszty pracownicze uwzględniały kwotę 52,2 mln PLN z tytułu wynagrodzenia w formie akcji dla członków kierownictwa, którzy zainwestowali w Program Inwestycyjny dla Kierownictwa, który został rozliczony podczas IPO, kwotę 25,4 mln PLN dotyczącą akcji przyznanych pracownikom podczas IPO, a także kwotę 3,3 mln PLN związaną ze wsparciem pracowników w związku z COVID-19. W roku obrotowym 2021 na pozycję jednorazowe ujęte w kosztach pracowniczych złożyły się koszty płatności w formie akcji własnych w wysokości 16,7 mln PLN związane z nowym Programem Motywacyjnym Allegro oraz wydatki na wyposażenie ochronne przeciw COVID-19 w wysokości 1,3 mln PLN. Po wyłączeniu kosztów jednorazowych w obu okresach koszty pracownicze wzrosły o 31,3% r/r, przy czym wzrost ten wynikał ze wzrostu zatrudnienia o 33,4% r/r, przy czym działania rekrutacyjne koncentrowały się na kluczowych obszarach organizacji, takich jak obszary Technologii, Handlu, Doświadczeń w Zakresie Dostaw i Doświadczeń Klienta, a także ze wzrostu wynagrodzeń zasadniczych, przy jednoczesnej nadmiernej indeksacji w zakresie rekrutacji na stanowiska techniczne i kierownicze średniego szczebla, jednakże zmiany te częściowo zrównoważyło naliczenie premii rocznej przy niższym oczekiwanym poziomie wypłaty niż w roku poprzednim.

#### KOSZTY USŁUG IT

Koszty usług IT wzrosły o 39,5 mln PLN, czyli o 64,4%, z 61,4 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 100,9 mln PLN w roku obrotowym 2021. Wzrost ten wynikał głównie z nowych licencji dotyczących wprowadzenia nowego oprogramowania i wzrostu kosztu usług informatycznych w związku z rozbudową przepustowości platformy technicznej, w tym wykorzystania zewnętrznej chmury obliczeniowej, w związku zarówno z rosnącymi wymaganiami w zakresie pamięci masowej dla aktywnych ofert na platformie e-commerce Grupy, jak i wymaganiami w zakresie pojemności dla rosnącej liczby rozwiązań opartych na uczeniu maszynowym wykorzystywanych w działalności Grupy.

#### POZOSTAŁE KOSZTY

Pozostałe koszty wzrosły o 69,3 mln PLN, czyli o 55,1%, z 125,8 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 195,0 mln PLN w roku obrotowym 2021. Pozycje wyłączone ze Skorygowanej EBITDA w ramach pozostałych kosztów w 2021 r. obejmowały koszty postępowań regulacyjnych w kwocie 4,6 mln PLN, podczas gdy w 2020 r. ujęto koszty postępowań regulacyjnych w kwocie 7,2 mln PLN, koszty restrukturyzacji i rozwoju grupy w kwocie 4,4 mln PLN oraz koszty monitoringu w kwocie 1,8 mln PLN. W ujęciu

porównywalnym, tj. z wyłączeniem powyższych kosztów jednorazowych w obu okresach, pozostałe koszty wzrosłyby o 70,1% r/r, przy czym wzrost ten wynika głównie ze zwiększonych kosztów doradztwa i zaangażowania wykonawców na zasadzie outsourcingu w związku z rozwijaniem nowych produktów i usług, w tym usług doradztwa informatycznego związanych z programem podnoszenia jakości obsługi klienta, projektami związanymi z poprawą jakości obsługi klienta oraz bieżącymi pracami nad rozwojem katalogu produktów. Dane za rok obrotowy 2021 zawierają również odpis w wysokości 12,3 mln PLN z tytułu podatku VAT naliczonego w spółkach luksemburskich, który został uznany za niemożliwy do odzyskania.

#### ODPISY NETTO Z TYTUŁU 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 27,3 mln PLN, czyli o 69,3%, z 39,4 mln PLN w IV kwartale 2020 r. do 66,7 mln PLN w IV kwartale 2021 r. Wzrost ten wynikał głównie z wyższego o 33,7% poziomu sprzedaży na platformie e-commerce Grupy oraz zwiększenia o 0,12 p.p. na milion przychodów rezerw w związku z gorszą ściągalnością należności. W zakresie pożyczek konsumenckich, rezerwa wzrosła do 7,5 mln PLN z 1,2 mln PLN w roku poprzednim, przy czym nowe pożyczki udzielone w roku 2021 wyniosły 1 993,1 mln PLN, co świadczy o ścisłej kontroli kredytowej i skutecznych procesach windykacyjnych.

#### KOSZTY TRANSAKCYJNE

Koszty transakcyjne zmniejszyły się o 11,8 mln PLN, z 61,6 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 49,8 mln PLN w roku obrotowym 2021. Dane za okres porównawczy obejmowały jednorazowe koszty związane z IPO w wysokości 60,4 mln PLN oraz koszty nabycia pozostałych 20% udziałów mniejszościowych w spółce eBilet Polska Sp. z o.o. w wysokości 0,4 mln PLN. Nakłady w bieżącym okresie dotyczą głównie przejęcia Grupy Mall / WE|DO.

#### ZYSK Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ PRZED AMORTYZACJĄ

Zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją wzrósł o 406,9 mln PLN, czyli o 25,6%, z 1 586,8 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 1 993,7 mln PLN w roku obrotowym 2021 w wyniku działania wyżej opisanych czynników. Wynik ten uwzględnia kwotę 74,7 mln PLN jednorazowych korekt EBITDA wykazanych w omawianym okresie, w porównaniu z kwotą 163,2 mln PLN odpowiadającą transakcjom jednorazowym ujętym w roku poprzednim, związanym głównie z IPO. Bez uwzględnienia wpływu tych pozycji jednorazowych, zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją wzrósłby o 18,2%.

#### AMORTYZACJA WARTOŚCI NIEMATERIALNYCH I PRAWNYCH

Amortyzacja wartości niematerialnych i prawnych wzrosła o 35,2 mln PLN, czyli o 8,8%, z 400,2 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 435,4 mln PLN w roku obrotowym 2021. Wzrost ten wynikał przede wszystkim ze zwiększenia stanu wartości niematerialnych i prawnych związanych z kapitalizowanymi kosztami prac rozwojowych projektów, które zostały zakończone i oddane do użytkowania w 2021 r.

#### AMORTYZACJA ŚRODKÓW TRWAŁYCH

Amortyzacja środków trwałych wzrosła o 21,8 mln PLN, czyli o 34,3%, z 63,6 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 85,4 mln PLN w roku obrotowym 2021. Wzrost ten wynikał głównie z amortyzacji aktywów z tytułu prawa do użytkowania wynikających z nowych umów leasingu dotyczących powierzchni biurowej i magazynowej, a także amortyzacji nowych automatów paczkowych Allegro, komputerów i sprzętu biurowego w związku z rozwojem organizacji i rozbudową parków serwerowych niezbędnych do obsługi platformy handlowej.

#### ZYSK Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ

Zysk z działalności operacyjnej wzrósł o 349,9 mln PLN, czyli o 31,2%, z 1 123,0 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 1 472,9 mln PLN w roku obrotowym 2021. Zmiana ta wynikała z opisanego powyżej wzrostu wyników biznesowych Allegro oraz uwzględnienia jednorazowych kosztów związanych z IPO w okresie bazowym, w tym kosztów akcji przyznanych pracownikom, kosztów Programu Inwestycyjnego dla Kierownictwa oraz innych kosztów

[3] Aktywni pracownicy, zatrudnieni w oparciu o umowę o pracę

jednorazowych. Wyłączając wpływ netto pozycji ujętych w korektach zysku EBITDA, który był o 88,5 mln PLN niższy niż w 2020 r., zysk z działalności operacyjnej wzrósł o 261,4 mln PLN, czyli 20,3%.

#### KOSZTY FINANSOWE NETTO

Koszty finansowe netto zmniejszyły się o 391,5 mln PLN, czyli o 77,3%, z 506,3 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 114,8 mln PLN w roku obrotowym 2021. Spadek ten wynikał przede wszystkim z obniżenia kosztów obsługi kredytów i pożyczek Grupy w wyniku procesu refinansowania, który został zakończony w połowie października 2020 r. i spowodował obniżenie zarówno wartości nominalnej kredytów i pożyczek wycenianych według zamortyzowanego kosztu, jak i odpowiadającej im marży odsetkowej. Dalsze organiczne zmniejszanie wskaźnika dźwigni od czasu refinansowania umożliwiło dodatkowy spadek marży odsetkowej w IV kw. 2021 r. W wyniku tych czynników koszty z tytułu odsetek spadły o 47,2% do 156,7 mln PLN w okresie dwunastu miesięcy zakończonym 31 grudnia 2021 r. w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego. Spadek kosztów związanych z zaciągniętymi przez Grupę kredytami i pożyczkami został częściowo skompensowany przez wzrost kosztów związanych z instrumentami zabezpieczającymi stopę procentową

o 16,7 mln PLN, czyli o 39,9% r/r, w związku ze znaczącym spadkiem stawek referencyjnych WIBOR spowodowanym pandemią COVID-19, który utrzymywał się przez większą część 2021 r., do czasu silnego wzrostu stawek WIBOR pod koniec roku.

Ponadto w bieżącym okresie Grupa ujęła przychody niepieniężne z tytułu aktualizacji wartości kredytów i pożyczek w kwocie 105,9 mln PLN, w związku z poprawiającym się wskaźnikiem dźwigni finansowej Grupy, który spowodował obniżenie marży odsetkowej począwszy od III kwartału 2021 roku, a tym samym zmniejszenie wartości bieżącej przyszłych wpływów pieniężnych z tytułu zaciągniętych przez Grupę kredytów i pożyczek.

Koszty i odpisy wynikające z procesu refinansowania w 2020 r., które zostały ujęte w III i IV kwartale 2020 r. i były związane z IPO Grupy, obejmowały koszt niepieniężny w wysokości 143,4 mln PLN, stanowiący niezamortyzowaną wartość kosztów poniesionych przy zaciągnięciu wcześniejszych kredytów i pożyczek przez Grupę, a także opłaty z tytułu wcześniejszej spłaty w wysokości 26 mln PLN.

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

w mln PLN (badane)	Rok obrotowy 2021	Rok obrotowy 2020	Zmiana %
Wycena aktywów finansowych	5,0	10,9	(54,0%)
Przychody odsetkowe z tytułu lokat i środków na rachunkach bankowych	3,1	2,8	12,1%
Pozostałe przychody finansowe	0,3	3,3	(90,3%)
Ujemne różnice kursowe netto	0,5	—	N/A
Aktualizacja wartości kredytów i pożyczek	105,9	—	N/A
<b>Przychody finansowe</b>	<b>114,9</b>	<b>17,0</b>	<b>577,2%</b>
Odpis odroczonego kosztów kredytów i pożyczek	—	(143,4)	(100,0%)
Odsetki zapłacone i przypadające do zapłaty od zobowiązań finansowych	(156,7)	(297,1)	(47,2%)
Koszt przedterminowej spłaty Kredytu Drugorzędnego	—	(26,0)	(100,0%)
Instrument zabezpieczający stopę procentową	(58,6)	(41,9)	39,9%
Odsetki z tytułu leasingu	(5,0)	(3,0)	64,5%
Prowizja za dostępność kredytu odnawialnego	(3,9)	(3,3)	17,5%
Ujemne różnice kursowe netto	—	(4,2)	(100,0%)
Pozostałe koszty finansowe	(5,6)	(4,4)	27,0%
<b>Koszty finansowe</b>	<b>(229,7)</b>	<b>(523,3)</b>	<b>(56,1%)</b>
<b>Koszty finansowe netto</b>	<b>(114,8)</b>	<b>(506,3)</b>	<b>(77,3%)</b>

#### ZYSK PRZED OPODATKOWANIEM

Zysk przed opodatkowaniem wzrósł o 741,4 mln PLN, czyli o 120,2%, z 616,7 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 1 358,1 mln PLN w roku obrotowym 2021 w wyniku działania wyżej opisanych czynników.

#### PODATEK DOCHODOWY

Podatek dochodowy zwiększył się o 70,4 mln PLN, czyli o 35,5%, z 198,1 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 268,5 mln PLN w roku obrotowym 2021. Efektywna stopa podatku Grupy za rok obrotowy 2021 i 2020 wynosiła odpowiednio 19,8% i 32,1%, w porównaniu do standardowej stopy podatku dochodowego od osób prawnych w Polsce wynoszącej 19% w każdym z tym okresów. Wysoka efektywna stopa podatku w okresie porównawczym wynikała z poniesienia kosztów zwią-

zanych 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 ujęto aktywów z tytułu odroczonego podatku dochodowego ze względu na małe prawdopodobieństwo, że podmiot ten będzie generował dochody podlegające opodatkowaniu w możliwej do przewidzenia przyszłości.

w mln PLN (badane)	Rok obrotowy 2021	Rok obrotowy 2020	Zmiana %
Podatek dochodowy bieżący	(294,3)	(261,0)	12,8%
(Zwiększenie) / Zmniejszenie stanu rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego	25,8	62,8	(58,9%)
<b>Obciążenie z tytułu podatku dochodowego</b>	<b>(268,5)</b>	<b>(198,1)</b>	<b>35,5%</b>

#### ZYSK NETTO

Zysk netto wzrósł o 671,1 mln PLN, czyli o 160,3%, z 418,6 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 1 089,6 mln PLN w roku obrotowym 2021 w wyniku wyżej opisanych czynników.

#### SKORYGOWANY ZYSK NETTO

Skorygowany zysk netto wzrósł o 427,8 mln PLN, czyli o 58,4%, z 731,9 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 85,4 mln PLN w roku obrotowym 2021.

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

Uzgodnienie skorygowanego zysku netto, w mln PLN (niebadane)	Rok obrotowy 2021	Rok obrotowy 2020	Zmiana %
<b>Zysk netto</b>	<b>1 089,6</b>	<b>418,6</b>	<b>160,3%</b>
Korekty EBITDA	74,7	163,2	(54,2%)
<b>Korekta wyniku na działalności finansowej</b>	<b>—</b>	<b>169,4</b>	<b>(100,0%)</b>
Koszt przedterminowej spłaty Kredytu Drugorzędnego <sup>[1]</sup>	—	26,0	(100,0%)
Odpis odroczonego kosztów kredytów i pożyczek <sup>[2]</sup>	—	143,4	(100,0%)
<b>Wpływ podatkowy korekt</b>	<b>(4,7)</b>	<b>(19,3)</b>	<b>(75,5%)</b>
<b>Skorygowany zysk netto</b>	<b>1 159,6</b>	<b>731,9</b>	<b>58,4%</b>

[1] Oznacza opłaty z tytułu przedterminowej spłaty Kredytu Drugorzędnego.

[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 bilansowa istniejących kredytów została zmieniona celem odzwierciedlenia oczekiwanej przedterminowej pełnej spłaty 14 października 2020 r. W wyniku tej decyzji wartość bilansowa istniejących kredytów według zamortyzowanego kosztu wzrosła o 143,4 mln PLN, przy czym ujęta została równoważna kwota odroczonego kosztów finansowania zewnętrznego jako niepieniężny koszt finansowy. Powyższa kwota stanowi część kosztów całkowitych, ujętą w IV kwartale 2020 r.

## INNE CAŁKOWITE DOCHODY

Inne całkowite dochody wzrosły o 315,6 mln PLN, czyli o 277,9%, z minus 74,7 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 240,9 mln PLN w roku obrotowym 2021. Wzrost ten wynikał głównie korzystnych zmian wyceny kontraktów swap zamieniających zmienną stopę procentową na stałą w związku z widoczną w ostatnich miesiącach 2021 roku silną tendencją wzrostową rynkowych rentowności stóp procentowych, natomiast wybuch pandemii COVID-19 w 2020 roku spowodował analogiczny spadek wartości tych kontraktów swap w roku poprzednim w związku z podjętymi przez polski rząd środkami luzowania polityki pieniężnej.

## CAŁKOWITE DOCHODY OGÓŁEM

Całkowite dochody ogółem wzrosły o 986,7 mln PLN, czyli o 287,0%, z 343,8 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 1 330,5 mln PLN w roku obrotowym 2021 w wyniku wyżej omówionych czynników.

## 2.2.3. PRZEGLĄD WYNIKÓW DOTYCZĄCYCH PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH

Poniższa tabela przedstawia przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej, inwestycyjnej i finansowej za okres dwunastu miesięcy zakończony 31 grudnia 2021 r., za okres dwunastu miesięcy zakończony 31 grudnia 2020 r. oraz odpowiednio za okresy trzech miesięcy:

Przepływy pieniężne, w mln PLN	Rok obrotowy 2021	Rok obrotowy 2020	Q4 2021 (niebadane)	Q4 2020 (niebadane)
<b>Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej</b>	<b>1 406,6</b>	<b>1 509,9</b>	<b>387,5</b>	<b>344,9</b>
Zysk przed opodatkowaniem	1 358,1	616,7	251,6	324,7
Podatek dochodowy zapłacony	(303,5)	(121,1)	(40,8)	(27,9)
Amortyzacja	520,8	463,8	139,8	118,6
Koszty odsetkowe netto	109,4	508,4	61,2	68,6
Zmiany stanu kapitału obrotowego netto	(301,3)	(34,9)	(36,4)	(152,2)
Pozostałe pozycje przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej	23,1	77,1	12,1	13,1
<b>Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej</b>	<b>(429,9)</b>	<b>(218,2)</b>	<b>(173,0)</b>	<b>(47,9)</b>
Skapitalizowane koszty prac rozwojowych	(224,8)	(149,3)	(62,7)	(43,2)
Pozostałe nakłady inwestycyjne	(182,2)	(81,2)	(87,7)	(21,4)
Nabycie jednostek zależnych	(22,6)	(11,8)	(22,6)	(7,4)
Pozostałe przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej	(0,3)	24,1	—	24,1
<b>Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej</b>	<b>(204,5)</b>	<b>(510,5)</b>	<b>(31,6)</b>	<b>162,9</b>
Wpływy z podwyższenia kapitału	—	972,3	—	972,3
Zaciągnięcie kredytów i pożyczek	—	—	—	345,0
Spłata kredytów i pożyczek	(1,7)	(1 056,7)	(1,7)	(711,7)
Rozliczenia z tytułu instrumentów zabezpieczających stopę procentową	(61,8)	(38,9)	(14,2)	(12,0)
Opłaty leasingowe	(36,0)	(29,1)	(10,2)	(7,3)
Odsetki zapłacone	(124,6)	(275,9)	(27,6)	(38,6)
Pozostałe przepływy pieniężne z działalności finansowej	19,5	(82,2)	22,0	(384,8)
<b>Zwiększenie/(zmniejszenie) stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów</b>	<b>772,2</b>	<b>781,2</b>	<b>183,0</b>	<b>459,9</b>

## ŚRODKI PIENIĘŻNE NETTO Z DZIAŁALNOŚCI OPERACYJNEJ

Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej zmniejszyły się o 103,3 mln PLN, tj. 6,8% r/r, a za IV kwartał 2021 r. zwiększyły się o 42,6 mln PLN, tj. 12,4% r/r.

Spadek na przestrzeni całego roku wynika w większości z rozwoju działalności pożyczkowej w zakresie finansowania konsumenckiego Allegro Pay, uruchomionej w drugiej połowie 2020 r., która spowodowała wzrost netto portfela pożyczek pozostających do spłaty w roku obrotowym 2021 o 306,8 mln PLN w porównaniu z 52,0 mln PLN w roku obrotowym 2020. W ramach kapitału obrotowego z wyłączeniem Allegro Pay odnotowano wpływ netto gotówki w wysokości 5,5 mln PLN w roku obrotowym 2021, co wynikało z wyższego salda zobowiązań handlowych i pozostałych zobowiązań, które zostało częściowo zrównoważone wyższym saldem należności handlowych oraz wzrostem stanu zapasów w celu wsparcia wyższego poziomu sprzedaży detalicznej.

W roku obrotowym 2021 Grupa udzieliła nowych pożyczek konsumenckich na kwotę 1 993,1 mln PLN. Dynamiczny rozwój Allegro Pay jest napędzany przede wszystkim przez rosnącą liczbę aktywnych kupujących korzystających z tej usługi, dodatkowo wzmocnioną przez stopniowe rozszerzanie kryteriów przyznawania pożyczek w pierwszej połowie 2021 roku. W III kwartale możliwość złożenia wniosku pożyczkowego w ramach usługi Allegro Pay została rozszerzona na wszystkich posiadaczy rachunków bankowych w Polsce dzięki wykorzystaniu danych kredytowych dostępnych zgodnie z zasadami PSD2. W związku z tym wszyscy aktywni kupujący, w tym nowi aktywni kupujący z niewielką historią zakupów na Allegro, mogą ubiegać się o linię kredytową na korzystanie z usług pożyczkowych Allegro Pay. Zmiana ta przyspieszyła wzrost liczby klientów korzystających z pożyczek, przy jednoczesnym obniżeniu wskaźnika akceptacji ze względu na kontynuację ostrożnej polityki zarządzania ryzykiem.

Na wzrost wolumenu udzielanych pożyczek konsumenci dodatkowo pozytywnie wpłynęło dodanie kilku nowych funkcji i ulepszeń wprowadzonych w Allegro Pay w ciągu roku, w tym możliwość spłaty kartą, zakup za pomocą jednego kliknięcia bezpośrednio ze strony produktu oraz udoskonalone modele scoringowe, pozwalające na bardziej precyzyjną ocenę przyznawanego klientom limitu pożyczkowego. Pomimo znaczącego wzrostu bazy aktywnych pożyczkobiorców, Grupie udało się utrzymać relatywnie niski wskaźnik strat kredytowych. Na dzień 31 grudnia 2021 r. wartość rezerwy na oczekiwane straty kredytowe wyniosła 6,3 mln PLN, co stanowi 1,73% wartości brutto pożyczek konsumenckich pozostających do spłaty. Wynika to z dobrej dyscypliny zarządzania ryzykiem oraz wyższego niż pierwotnie zakładano popytu na produkty typu „kup teraz, zapłać później”, charakteryzujące się krótkimi terminami spłaty i odpowiednio szybką rotacją portfela pożyczek.

Ponadto w grudniu 2021 roku Grupa dokonała pierwszej sprzedaży pożyczek konsumenckich do Aion Banku, uzyskując 181,3 mln PLN za pożyczki o wartości bilansowej netto 180,6 mln PLN. Bez tej sprzedaży, która według oczekiwań Grupy będzie pierwszą z serii regularnych transakcji w ramach 2-letniej umowy z Aion Bankiem, odpływ kapitału obrotowego Grupy wyniósłby 482,9 mln PLN w całym roku 2021 oraz 218,0 mln PLN w IV kwartale 2021 roku.

Poza opisanym powyżej zwiększonym wpływem kapitału obrotowego, kolejnym czynnikiem istotnie wpływającym na zmniejszenie przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej w roku obrotowym 2021 w stosunku do okresu poprzedniego był wzrost o 150,6%, tj. 182,3 mln PLN, zapłaconego podatku dochodowego, co odzwierciedla przede wszystkim uregulowanie wysokości podatków należnych za rok 2020 w pierwszym półroczu 2021 roku.

Opisane powyżej czynniki wpływające na zwiększenie wpływu środków pieniężnych z działalności operacyjnej zostały zrównoważone przez znaczący wzrost zysku przed opodatkowaniem, który wzrósł o 741,4 mln PLN, tj. 120,2%, do poziomu 1 358,1 mln PLN w roku 2021, na skutek czynników opisanych w poprzednich punktach.

## ŚRODKI PIENIĘŻNE NETTO WYKORZYSTANE W DZIAŁALNOŚCI INWESTYCYJNEJ

Środki pieniężne netto wykorzystane w działalności inwestycyjnej wyniosły 429,9 mln PLN w roku obrotowym 2021, co stanowi wzrost o 211,7 mln PLN, tj. 97,0% r/r oraz o 125,0 mln PLN, tj. 261% r/r za IV kwartał 2021 r. Wzrost ten wynika z wyższych kosztów prac rozwojowych podlegających kapitalizacji o 75,5 mln PLN, tj. 50,6% r/r, które są efektem powiększania zespołów technologicznych Grupy i inwestycji w te zespoły, tworzących potencjał niezbędny do realizacji bieżących projektów rozwojowych, a także z silnego zwiększenia pozostałych nakładów inwestycyjnych, które wzrosły o 101,0 mln PLN, tj. 124,2%, w związku z realizacją szeregu nowych inicjatyw.

Główną inicjatywą przekładającą się na wzrost nakładów inwestycyjnych jest uruchomienie przez Allegro własnej sieci automatów paczkowych, która w 2021 roku będzie liczyła ponad tysiąc punktów w największych miastach w Polsce. Poza powyższą inicjatywą na poziom nakładów inwestycyjnych Grupy wpłynęły również przygotowania do komercyjnego uruchomienia pierwszego centrum logistycznego Grupy, a także inwestycje w wykończenie nowych biur w Poznaniu i Warszawie.

## ŚRODKI PIENIĘŻNE NETTO WYKORZYSTANE W DZIAŁALNOŚCI FINANSOWEJ

Środki pieniężne netto wykorzystane w działalności finansowej wyniosły 204,5 mln PLN roku obrotowym 2021, co oznacza spadek wpływu środków pieniężnych o 300,6 mln PLN, tj. o 59,9% r/r. Zmniejszenie to związane jest głównie z procesem refinansowania Grupy, który został zakończony w IV kwartale 2020 r. i spowodował przesunięcie dotychczasowego harmonogramu spłat ratalnych na spłatę jednorazową w 2025 roku. W związku z tym w roku obrotowym 2021 nie dokonano żadnej spłaty kapitału. Ponadto ukończenie procesu refinansowania spowodowało zmniejszenie zarówno nominalnej kwoty zadłużenia, jak i odpowiadającej mu referencyjnej marży odsetkowej, co przełożyło się na niższe spłaty odsetek w bieżącym okresie. Kwotę tę dodatkowo obniżył niski poziom stopy referencyjnej WIBOR przez większość 2021 r., co z drugiej strony przyczyniło się do wyższych kosztów rozliczenia kontraktów SWAP zamieniających zmienną stopę procentową na stałą. Wpływ tego czynnika z czasem maleje, ponieważ w ostatnich miesiącach roku obrotowego 2021 na rynku obserwuje się wzrosty stóp referencyjnych.

Przepływy pieniężne z działalności finansowej w okresie porównawczym uwzględniają również skutki zakończonej pod koniec 2020 roku pierwszej oferty publicznej Grupy, w wyniku której ujęto wpływy z podwyższenia kapitału w wysokości 972,3 mln PLN, które wykorzystano na sfinansowanie zmniejszenia zadłużenia, po potrąceniu zapłaconych opłat przygotowawczych, o 711,7 mln PLN, a także standardową spłatę zadłużenia w wysokości 345,0 mln PLN w roku poprzednim.

## 2.2.4. ZADŁUŻENIE

Na dzień 31 grudnia 2021 r. łączne zadłużenie Grupy z tytułu kredytów i pożyczek bankowych wynosiło 5 500,0 mln PLN, przy czym wartość bilansowa (kapitał skorygowany o amortyzowany koszt) wynosi 5 366,3 mln PLN, a termin jednorazowej spłaty przypada na październik 2025 r.

Ponadto na koniec 2021 roku Grupa dysponowała przyznanym, ale niewykorzystanym kredytem odnawialnym w wysokości 500,0 mln PLN oraz zawarła dodatkową umowę finansowania pomostowego w wysokości 1 000 mln PLN na potrzeby potencjalnego przejęcia spółek Mall Group a.s. i WE|DO CZ s.r.o. Zamknięcie transakcji przejęcia ma nastąpić w pierwszej połowie 2022 roku, po uzyskaniu wszystkich wymaganych zgód organów ochrony konkurencji w pięciu krajach Europy Środkowej.

W związku ze stałą poprawą wskaźnika dźwigni finansowej Grupy oraz zgodnie z umową kredytową w dniu 5 sierpnia 2021 r. marża odsetkowa Grupy została obniżona. W efekcie wartość bilansowa istniejących kredytów wycenianych według amortyzowanego kosztu zmniejszyła się o 105,9 mln PLN tytułem korekty niepieniężnej ujętej w przychodach finansowych za rok obrotowy 2021.

To zmniejszenie wartości księgowej kredytów i pożyczek zostało z nadwyżką skompensowane przez wzrost zobowiązań z tytułu leasingu, wynikający z ujęcia aktywów z tytułu prawa do użytkowania i odpowiadających im zobowiązań leasingowych, ponieważ w ciągu roku Grupa wynajęła swoje nowe centrum logistyczne, wynajęła pierwsze piętra w nowych biurach w Poznaniu i Warszawie oraz wynajęła znaczną liczbę lokalizacji dla swojej sieci ekologicznych automatów paczkowych One Box.

W wyniku powyższych zmian stanu kredytów i pożyczek oraz zobowiązań z tytułu leasingu, które zostały dodatkowo skompensowane wzrostem stanu środków pieniężnych o 772,2 mln PLN oraz wzrostem Skorygowanej EBITDA narastająco za dwanaście miesięcy o 18,2%, wskaźnik dźwigni finansowej Grupy obniżył się z 2,47x na dzień 31 grudnia 2020 r. do 1,77x na dzień 31 grudnia 2021 r.

w mln PLN (niebadane)	31.12.2021	31.12.2020
<b>Skorygowana EBITDA za ostatnie 12 mieś.</b>	<b>2 068,5</b>	<b>1 750,0</b>
Kredyty i pożyczki wyceniane wg amortyzowanego kosztu	5 366,3	5 437,8
Zobowiązania z tytułu leasingu	251,1	73,3
pomniejszone o środki pieniężne i ich ekwiwalenty	(1 957,2)	(1 185,1)
<b>= Zadłużenie netto</b>	<b>3 660,2</b>	<b>4 326,0</b>
<b>Dźwignia finansowa</b>	<b>1,77 x</b>	<b>2,47 x</b>
Kapitał własny	9 454,1	8 089,6
Wskaźnik zadłużenia netto do kapitału własnego	38,7%	53,5%

# 3.

## Podsumowanie najważniejszych wydarzeń

### 3.1. Transakcje przejęcia

#### 3.1.1. UMOWA NABYCIA MALL GROUP A.S. I WE|DO CZ S.R.O.

W dniu 4 listopada 2021 roku Allegro.eu i Allegro.pl zawarły umowę nabycia udziałów („SPA”) w celu przejęcia spółki Mall Group a.s. („Grupa Mall”), wiodącej platformy e-commerce w Europie Środkowej i Wschodniej, a także spółki WE|DO CZ s.r.o. specjalizującej się w dostarczaniu przesyłek w ramach „ostatniej mili” („WE|DO”, razem „Podmiot Przejmowany”). Przejęcie („Przejęcie Grupy Mall / WE|DO”, „Transakcja”) jest istotnym krokiem dla Allegro w realizacji strategii ekspansji międzynarodowej i, pod warunkiem uzyskania wszystkich wymaganych zgód regulacyjnych, pozwoli, w opinii Spółki, na zwiększenie tempa rozwoju grupy w całej Europie. Umowa SPA została zawarta pomiędzy Allegro.eu i Allegro.pl jako kupującymi oraz EC Investments a.s. (posiadającą 40% akcji w Mall Group a.s.), BONAK a.s. (posiadającą 40% akcji w Mall Group a.s.), Rockaway e-commerce a.s. (posiadającą 20% akcji w Mall Group a.s.) i Titancoin International a.s. (posiadającą 100% udział w WE|DO CZ s.r.o.) jako sprzedającymi.

Grupa Mall jest największą grupą e-commerce w Europie Środkowo-Wschodniej. Grupa Mall działa w dziewięciu krajach, oferując swoje usługi 130 milionom mieszkańców Europy Środkowo-Wschodniej. W 2020 roku dostarczyła swoim klientom ponad 14 milionów zamówień. W roku obrotowym zakończonym 31 marca 2021 r. Podmiot Przejmowany posiadał 4,7 mln unikalnych aktywnych klientów i notował ok. 350 mln wizyt w swojej domenie. Podmiot Przejmowany jest również

operatorem kluczowej infrastruktury logistycznej oraz infrastruktury ostatniego etapu dostawy przesyłek, które wspierają jego działalność zarówno w segmencie sprzedaży własnej (1P) jak i przez podmioty zewnętrzne (3P).

W ocenie Spółki przejęcie znacznie zwiększy Całkowity Adresowalny Rynek Grupy Allegro.eu i zapewni Spółce znaczący udział w segmencie e-commerce w kilku krajach Europy Środkowo-Wschodniej poza Polską, którego budowa w sposób organiczny wymagałaby znacznych nakładów czasu i kapitału z mniejszym prawdopodobieństwem osiągnięcia zamierzonych rezultatów. W szczególności Transakcja zwiększa liczbę klientów, sprzedawców, skalę ruchu w sieci i poprawia możliwości logistyczne. Jej rezultatem jest też pozyskanie wysoko wykwalifikowanego i kompetentnego zespołu, który udowodnił swoją zdolność do realizacji udanych przedsięwzięć w zakresie e-commerce. Spółka przewiduje, że Transakcja umożliwi jej zwiększenie potencjału pracowników zaangażowanych w realizację planów rozwoju powiększonej Grupy w całej Europie Środkowo-Wschodniej.

Transakcja pozwoli obu grupom na przyspieszenie wzrostu i rozszerzenie bazy klientów i sprzedawców w całym regionie w ramach połączonej platformy, co powinno znacznie przyspieszyć wzrost poziomu GMV Podmiotu Przejmowanego poprzez rozszerzenie asortymentu i poprawę zaangażowania użytkowników w modelu

3P (third-party marketplace). Planowane połączenie Allegro z Mall Group i WE|DO powinno wzmocnić łączną pozycję spółek jako wiodącej platformy e-commerce dla kupujących i sprzedających w Europie Środkowo-Wschodniej. Połączone grono sprzedawców z Polski i Europy Wschodniej skorzysta z możliwości wystawienia oferty na jednej platformie i sprzedawania w całym regionie, a jednocześnie sprzedający uzyskają szerszy dostęp do rynku detalicznego (TAM) o wartości 1,14 bln PLN, liczącego 70 mln konsumentów. Połączenie powinno poprawić doświadczenie zakupowe klientów oraz zapewnić najatrakcyjniejsze ceny, a także najszerszy wybór ofert oraz maksymalną wygodę kupowania 18 milionom klientów w całym regionie.

Podmiot Przejmowany zostanie nabyty za cenę w wysokości 881 mln EUR na podstawie wyceny wartości firmy wynoszącej 925 mln EUR, skorygowanej o zadłużenie i pozycje o charakterze dłużnym w wysokości 44 mln EUR. Cena jest uzgadniana w oparciu o mechanizm locked-box (tj. cena sprzedaży ustalana jest poprzez odniesienie do sytuacji bilansowej Podmiotu Przejmowanego na dzień 31 marca 2021 r.) i w związku z tym Umowa SPA zawiera zwyczajowe postanowienia w tym zakresie, w tym postanowienia dotyczące zakazu wypływu kapitału i dozwolonego wypływu kapitału.

Transakcja zostanie sfinansowana poprzez połączenie akcji i środków pieniężnych, co stanowi około 53,7% wkładu gotówkowego, finansowanego gotówką i nowym długiem oraz ok. 46,3% akcji lub środków pieniężnych. Allegro może zdecydować się na emisję akcji dla udziałowców sprzedających Grupę Mall lub podwyższyć część płatności środkami pieniężnymi. Jeżeli Allegro zdecyduje się na dokonanie płatności w formie akcji Allegro.eu Strony uzgodniły, że takie akcje zostaną wycenione według szacunkowej średniej ceny ważonej akcji Allegro.eu za okres 3 miesięcy (3M VWAP) na dzień podpisania Umowy SPA (wynoszącej 55,98 PLN za akcję) i taka wartość zostanie przeliczona na EUR według kursu wymiany z dnia 29 października 2021 r. wynoszącego 4,6208 PLN/EUR (tj. wyniesie EUR 12,11 za akcję). W związku z tym maksymalna liczba akcji, które mają być wyemitowane przez Allegro w zamian za kwotę w wysokości 407,5 mln EUR, nie będzie wyższa niż 33 649 039 reprezentujących 3,3% całkowitego wyemitowanego kapitału zakładowego Allegro.eu.

Na dzień sporządzenia Raportu Zarządu uważa się za wysoce nieprawdopodobne, że Grupa zdecyduje się na zmniejszenie elementu rozliczanego akcjach. Przy tym założeniu przewiduje się, że po finalizacji transakcji dźwignia Allegro pro-forma wyniesie około 3,0x na koniec pierwszego półrocza 2022 r. Finalizacja transakcji podlega standardowym procesom uzyskiwania zgód od organów antymonopolowych i organów nadzoru. Przewiduje się, że zostanie sfinalizowana do końca pierwszego półrocza 2022 r.

### 2.3.1.2 PRZEJĘCIE X-PRESS COURIERS

8 października 2021 r. Allegro przejęło X-press Couriers Sp. z o.o. („XPC”, „X-press Couriers”), jednego ze swoich partnerów logistycznych, realizujących dostawy tego samego dnia. X-press Couriers to lokalna firma kurierska obsługująca obecnie głównie przesyłki z dostawą tego samego dnia w 9 największych aglomeracjach w Polsce oraz pomiędzy nimi. Allegro współpracuje z XPC od dwóch lat.

Transakcja ma stanowić uzupełnienie oferty Allegro One Fulfillment oraz własnej infrastruktury automatów paczkowych One Box. Oczekuje się, że zwiększenie skali tych usługi i rozszerzenie ich na kolejne duże miasta wpłynie pozytywnie na doświadczenie klientów dzięki dalszemu skróceniu czasu dostawy.

Transakcja obejmowała również przejęcie Skynet Customs Brokers Sp. z o.o. („SCB”), agencji pośrednictwa celnego, będącej częścią X-press Couriers. Allegro zamierza wykorzystać kompetencje SCB w zakresie obsługi celnej, aby wzbogacić i ulepszyć ofertę Grupy dla Sprzedawców międzynarodowych, np. poprzez prowadzenie składu celnego i pośrednictwo celne dla sprzedawców spoza UE w ramach Allegro Fulfillment.

## 3.2. Allegro Pay

W 2021 roku Grupa kontynuowała rozwój Allegro Pay, własnej oferty z obszaru fintech. Oferta Allegro Pay pozwala na odroczenie płatności o jeden miesiąc lub rozłożenie jej na dogodne 3, 5, 10 lub 20 miesięcznych rat, zapewniając Aktywnym Kupującym większą elastyczność finansową oraz bezpieczniejsze i łatwiejsze zakupy w sieci. W 2021 roku Allegro Pay osiągnęło ważne kamienie milowe rozwoju i zrealizowało wszystkie kluczowe cele wyznaczone na rok 2021. We wrześniu 2021 roku rozwiązanie Allegro Pay zostało zaoferowane wszystkim klientom chcącym ubiegać się o limit zakupowy do 4 200 PLN, wykorzystując zapewniony przez dyrekcję PSD2 dostęp do szerszego mechanizmu weryfikacji kredytowej, obejmującego nawet nowych Aktywnych Kupujących Allegro, nieposiadających wcześniejszej historii transakcji na platformie handlowej. Dzięki pełnej kwalifikowalności klientów nastąpiło dalsze przyspieszenie wzrostu Allegro Pay.

Ponadto zgodnie z celem Grupy na 2021 rok, Allegro udało się pozyskać dedykowane finansowanie zewnętrzne dla Allegro Pay. 11 października 2021 r. Allegro Pay sp. z o.o. podpisała Umowę Sprzedaży Wierzytelności z Aion Bank SA / NV, instytucją kredytową utworzoną jako spółka akcyjna zgodnie z prawem belgijskim, działającą poprzez polski oddział „Aion Bank S.A. Spółka Akcyjna Oddział w Polsce” („Aion Bank”). Umowa dotyczy nabycia przez Aion Bank wierzytelności z tytułu pożyczek konsumenckich udzielonych przez Allegro Pay. Pożyczki ratalne sprzedawane w ramach umowy z Aion Bank zostają wykسیęgowane z bilansu Grupy, co zgodnie z oczekiwaniami Grupy pozwoli na przyspieszenie wzrostu Allegro Pay i poprawę stóp zwrotu z inwestycji.

Allegro Pay i Aion Bank ustaliły limit w wysokości 500 mln PLN, który będzie odnawiany na bieżąco każdego dnia. W ramach limitu Allegro Pay będzie mógł sprzedawać wierzytelności według z góry ustalonych parametrów cenowych. Całkowite saldo niespłaconych wierzytelności zakupionych przez Aion Bank może osiągnąć kwotę 2 mld PLN w dwuletnim okresie obowiązywania umowy. Pierwsza transza pożyczek konsumenckich o wartości bilansowej 180,6 mln PLN została sprzedana przez Allegro Pay do Aion Banku w dniu 9 grudnia 2021 roku w zamian za wynagrodzenie pieniężne w wysokości 181,3 mln PLN.

Dedykowane finansowanie zewnętrzne przeznaczone na dalsze szybkie udzielanie pożyczek oraz zwiększanie na przestrzeni wielu lat skali działalności Allegro Pay znacząco zmniejszy zaangażowanie kapitału obrotowego netto w pożyczki ratalne. W bilansie Allegro nadal będą ujmowane szybko rotujące pożyczki BNPL (kup teraz, zapłać później). Grupa zakłada, że sprzedaż wierzytelności z tytułu oprocentowanych pożyczek ratalnych na rzecz Aion Banku powinna generalnie skutkować utrzymaniem dodatniej marży netto w zysku EBITDA Grupy, przy jednoczesnym wykسیęgowaniu tychże wierzytelności z bilansu Grupy. Transakcja nie wywiera żadnego wpływu na doświadczenia zakupowe użytkowników Allegro, ponieważ pożyczki będą nadal udzielane, obsługiwane i spłacane za pośrednictwem platformy Allegro. Wykorzystanie finansowania pozabilansowego znacząco zwiększa wskaźnik ROIC (Zwrot z zainwestowanego kapitału) z Allegro Pay i ma umożliwić szybszy rozwój oferty Grupy w zakresie fintech.

Dynamiczne przyspieszenie wzrostu w Allegro Pay przełożyło się na podniesienie przez Grupę prognozy emisji akcji pożyczkowej na 2021 rok. Po wynikach za III kw. 2021 r., Grupa podniosła wstępne cele roczne na 2021 r. dla Allegro Pay do ponad 1 500 mln PLN udzielonych pożyczek (wzrost z pierwotnego celu wynoszącego ponad 1 000 mln PLN). W całym 2021 r. Allegro Pay udzieliło pożyczek na łączną kwotę 1 993,1 mln PLN, co oznacza przekroczenie podwyższonego celu rocznego wartości udzielonych pożyczek o 493 mln PLN, przy czym na dzień 31 grudnia 2021 r. Grupa zapewniła finansowanie portfela pożyczek na kwotę 365,1 mln PLN (po wyłączeniu wierzytelności sprzedanych do Aion Banku w IV kwartale 2021 r.).

Szeroko zakrojone badania schematów zakupowych w odniesieniu do grup kontrolnych Aktywnych Kupujących Allegro doprowadziły Grupę do wniosku, że przeciętny użytkownik Allegro Pay zwiększa swoje zakupy o co najmniej 35% w stosunku do zachowań zakupowych obserwowanych przed rozpoczęciem korzystania z Allegro Pay. Ten silny efekt przyrostu zaangażowania napędza dodatkowe GMV, przychody z prowizji i marże dla Grupy oraz generuje wysoki zwrot z inwestycji w portfel pożyczkowy Allegro Pay.

Autorskie rozwiązania pożyczkowe Allegro Pay znacznie poprawiają doświadczenia po stronie użytkowników z korzystania z pożyczek konsumenckich dostępnych dla kupujących na platformie e-commerce Grupy. Kupujący doceniają prostotę i wygodę oferty Allegro w zakresie fintech, o czym świadczy wiodący w branży wskaźnik NPS na poziomie 92,8 w IV kwartale 2021 roku.



### 3.3. Wpływ COVID-19

W 2021 r. wzrost GMV Grupy wyniósł 21,3% r/r, zgodnie z oczekiwaniami kierownictwa, przy czym tempo wzrostu było bardzo zróżnicowane w poszczególnych kwartałach ze względu na skutki pandemii COVID-19 w okresach porównywalnych.

Od momentu wybuchu pandemii na początku 2020 r. polski rząd wprowadził szereg ograniczeń, które wpłynęły na codzienne schematy zakupowe Polaków. W okresie od marca do maja 2020 r. nakazano zamknięcie wszystkich tradycyjnych punktów sprzedaży detalicznej, które nie służyły zaspokajaniu podstawowych potrzeb klientów, a następnie wprowadzono stosunkowo mniej restrykcyjne ograniczenia polegające na zamknięciu centrów handlowych – trzykrotnie, odpowiednio w listopadzie 2020 r., styczniu 2021 r. oraz w okresie od marca do początku maja 2021 r. Zakłócenia te przełożyły się na znacznie zróżnicowanie kwartalnych stóp wzrostu odnotowanych w 2021 r., ponieważ ograniczenia nałożone na handel pozainternetowy zwiększyły popyt na usługi e-commerce i przyspieszyły przejście na regularne dokonywanie zakupów przez Internet.

W I kw. 2021 r. wzrost GMV wyniósł 46,1% r/r, co wynikało z ponownego wprowadzenia lockdownów, w ramach których centra handlowe zostały zamknięte tuż po świętach Bożego Narodzenia w 2020 r. aż do końca stycznia 2021 r. Spowodowało to wzrost popytu, który dodatkowo przyczynił się do wzrostu GMV na początku kwartału. W związku z ponownym wzrostem liczby zachorowań na początku marca, w dniu 20 marca rząd ponownie zamknął w całym kraju sklepy w centrach handlowych, które nie oferowały artykułów pierwszej potrzeby. Mimo że drugi lockdown wprowadzony w I kwartale 2021 r. był mniej dotkliwy niż pierwszy polski lockdown wprowadzony 14 marca 2020 r., w ujęciu ogólnym przez większość okresu porównawczego wpływ pandemii COVID-19 był na początku stosunkowo łagodny, co przełożyło się na wysoką stopę wzrostu GMV w ujęciu rok do roku odnotowaną w I kwartale 2021 r.

W II kwartale 2021 r. dynamika wzrostu GMV w ujęciu rok do roku spadła do 10,6%, co wynika z faktu, że w analogicznym okresie poprzedniego wzrostu miały miejsce największe zakłócenia i odnotowano najwyższy popyt na towary sprzedawane przez Internet. W okresie od marca do początku maja 2021 r. zamknięto centra handlowe w Polsce, a następnie otwarto je ponownie 5 maja, przy czym do końca II kwartału obowiązywały jedynie wymogi dotyczące noszenia maseczek i zagęszczenia klientów. Dla porównania, pierwszy lockdown wprowadzony w okresie porównywalnym (marzec-maj 2020 r.) był znacznie bardziej dotkliwy i obejmował całkowite zamknięcie wszystkich punktów sprzedaży detalicznej, które nie służyły zaspokajaniu podstawowych potrzeb klientów. Podczas tego najbardziej restrykcyjnego lockdownu wprowadzonego w okresie porównawczym Grupa udostępniła swój program SMART! z bezpłatną dostawą wszystkim Aktywnym Kupującym, którzy postanowili się zarejestrować, co zaowocowało osiągnięciem w drugim kwartale 2020 r. najwyższego wskaźnika wzrostu w ujęciu rok do roku na poziomie 71,5%. Znaczna część tego dodatkowego popytu została utrzymana po ponownym otwarciu tradycyjnego handlu detalicznego z uwagi na utrzymujący się wśród kupujących trend dokonywania zakupów on-line. Powyższe, w połączeniu z postępami w zakresie czynników wpływających na wzrost przychodów, przyczyniły się do wzrostu GMV o 10,6% w II kwartale – i to pomimo rekordowo dobrych wyników w okresie porównawczym.

W III kwartale 2021 r. dynamika wzrostu GMV ponownie przyspieszyła do 19,9% r/r, przy czym wpływ pandemii COVID-19 był minimalny zarówno w bieżącym, jak i w poprzednim roku. Ze względu na brak całkowitego zamknięcia tradycyjnych sklepów w III kwartale 2021 r. oraz w okresie porównawczym, na wyniki Grupy w trzecim kwartale w relatywnie mniejszym stopniu wpłynęły ograniczenia związane z COVID-19, mimo że osiągnięte zostały przy wciąż wysokiej dynamice wzrostu w okresie bazowym.

W IV kw. 2021 r. dynamika wzrostu GMV ponownie spadła do 16,7% r/r, ponieważ dane Grupy za poprzedni rok znów obejmowały okres, w którym obowiązywało zamknięcie tradycyjnych sklepów, które nie służyły zaspokajaniu podstawowych potrzeb klientów. Mimo, że ograniczenia nałożone w listopadzie 2020 r., polegające na zamknięciu centrów handlowych przed szczytem sezonu zakupowego, były relatywnie mniej dotkliwe, wpływ COVID-19 w okresie porównawczym spowodował obniżenie dynamiki wzrostu w ujęciu rok do roku w IV kw. 2021 r., przy czym w ostatnim kwartale 2021 r. nie zarządzono zamknięcia tradycyjnych sklepów detalicznych, a obowiązywały jedynie stosunkowo łagodne wymogi dotyczące noszenia maseczek i zagęszczenia klientów.

Patrząc przez pryzmat tych wydarzeń na dwuletnią stopę wzrostu CAGR dla okresu od 2019 do 2021 r., wzrost GMV za okres dwunastu miesięcy zakończony 31 grudnia 2021 r. wyniósł 36,7%, co zdecydowanie przewyższa trend notowany przed wybuchem pandemii, zgodnie z którym stopa wzrostu wynosiła od 20% do 25%.

To wyższe tempo wzrostu GMV, mierzone na podstawie dwuletniej stopy CAGR, odzwierciedla zwiększoną częstotliwość zakupów online dokonywanych przez kupujących w następstwie pozytywnych doświadczeń zakupowych oraz rozwijanie nowych nawyków w zakresie zakupów online w czasie obowiązywania lockdownów. Grupa dodatkowo zaspokajała zwiększony popyt, koncentrując się na podstawowych elementach sprzedaży detalicznej, takich jak zwiększenie asortymentu, zapewnienie konkurencyjnych cen oraz szybkiej i rzetelnej dostawy, a także zwiększona popularność abonamentów SMART!, które dodatkowo zwiększają częstotliwość zakupów.

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.

Grupa kontynuuje działalność przy założeniu, że rząd nie nakaże już więcej zamknięcia wszystkich tradycyjnych punktów sprzedaży detalicznej, które nie służyły zaspokajaniu podstawowych potrzeb klientów. Jednak pomimo postępów w zakresie wprowadzania szczepionek w całej UE i w Polsce, łączny krajowy poziom pełnego zaszczepienia pozostaje poniżej średniego poziomu dla państw UE/EOG. Nie ma również pewności, jak skuteczne będą poszczególne szczepionki przeciwko nowym wariantom wirusa, takim jak Omicron. Perspektywy związane z koronawirusem są nadal bardzo niepewne, dlatego nie można przewidzieć, kiedy nastąpi ostateczne zaprzestanie stosowania środków mających na celu walkę z pandemią, które mają wpływ na sektor detaliczny.

Ponadto rozprzestrzenianie się wirusa COVID-19 skłoniło Grupę do wprowadzenia zmian w swoich praktykach operacyjnych. Od momentu wybuchu pandemii Grupa wdrożyła tryb pracy zdalnej, który przez cały rok obrotowy 2021 był 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 w 2020 r. dodatkowe procedury ochrony. W 2021 r. Grupa dokonywała dalszych 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. W związku z przedłużającym się kryzysem pandemicznym i wydłużonym okresem pracy w domu przez większość pracowników Grupy, poziom wykorzystania biur Grupy był ograniczony.

### 3.4. Finansowanie

30 listopada 2021 r. Rada Dyrektorów Spółki wyraziła zgodę na ustanowienie z Santander Bank Polska SA. finansowania pomostowego w kwocie 1 000 000 000 PLN („Dodatkowy Kredyt”) do wykorzystania w miarę potrzeb, w celu ułatwienia finansowania nabycia 100% udziałów w spółkach Mall Group a.s. i WE|DO CZ s.r.o. Dodatkowy Kredyt będzie miał 12-miesięczny okres dostępności oraz 6-miesięczny okres wykorzystania.

Ponadto w dniu 30 listopada 2021 r. Rada Dyrektorów Allegro.eu podjęła uchwałę w sprawie ustanowienia programu emisji obligacji podlegającego prawu polskiemu, do łącznej wartości nominalnej niewykupionych obligacji do 3 000 000 000 PLN (trzy miliardy złotych), w dowolnym czasie w ramach programu („Program”).

Obligacje emitowane w ramach Programu będą oferowane wyłącznie inwestorom kwalifikowanym, bez obowiązku publikacji prospektu emisyjnego. Obligacje mogą być denominowane w PLN lub EUR i będą emitowane jako uprzywilejowane obligacje niezabezpieczone (ang. senior unsecured). W ramach Programu możliwa będzie emisja Obligacji zwykłych, Obligacji zielonych oraz Obligacji związanych ze zrównoważonym rozwojem. Obligacje mogą być oprocentowane według zmiennej lub stałej stopy procentowej.

Spółka rozważa emisję pierwszej serii Obligacji denominowanych w PLN, która będzie oprocentowana według zmiennej lub stałej stopy procentowej i będzie miała okres zapadalności do 5 lat, z zastrzeżeniem, że ostateczne parametry zostaną ustalone w procesie budowania księgi popytu i będą podlegały zatwierdzeniu przez Radę Dyrektorów Spółki. Pierwsza seria Obligacji nie będzie miała określonego celu w rozumieniu Ustawy o Obligacjach, a wpływy netto z emisji zostaną przeznaczone na finansowanie ogólnych celów korporacyjnych Spółki i jej grupy kapitałowej. Decyzja Spółki o emisji pierwszej serii Obligacji będzie uzależniona od sytuacji rynkowej na polskim rynku dłużnych papierów wartościowych.

Grupa posiada dostęp do wielowalutowych kredytów odnawialnych w łącznej wysokości 1 000 000 000 PLN (jeden miliard złotych). Pierwszy z nich w wysokości 500 000 000 PLN (pięćset milionów złotych) został ustanowiony w trakcie procesu refinansowania zakończonego w połowie października 2020 roku. 3 lutego 2022 roku Grupa zawarła drugą umowę kredytu odnawialnego w wysokości 500 000 000 PLN (pięćset milionów złotych) z terminem spłaty do października 2025 roku. Na dzień publikacji Raportu Roczno Grupy Allegro.eu S.A. oba kredyty odnawialne pozostają w pełni niewykorzystane. Nawet jeśli Grupa nie przeprowadzi emisji obligacji, powyższe kredyty wraz z wolnymi przepływami pieniężnymi generowanymi przez spółki Grupy będą, zgodnie z oczekiwaniami, wystarczające do pełnej spłaty kredytu pomostowego w wysokości 1 000 000 000 PLN (jeden miliard złotych).

### 3.5. Rozwój programu SMART!

Program lojalnościowy SMART! był głównym motorem wzrostu w całym roku obrotowym 2021, odnotowując stały, dynamiczny wzrost liczby uczestniczących w nim sprzedawców, dostępnych ofert, abonentów i użytkowników. Do końca 2021 r. łączna liczba użytkowników programu SMART! wzrosła do ponad 5 mln aktywnych kupujących, z 2,1 mln na dzień 30 czerwca 2020 r., kiedy to Grupa opublikowała ostatnie dane dotyczące bazy użytkowników.

Oprócz szybkiego wzrostu liczby płatnych subskrypcji programu SMART!, na przyspieszenie wzrostu bazy użytkowników programu SMART! wpłynęło również wprowadzenie w marcu 2021 roku promocji „SMART! na Start”, która stanowi atrakcyjną ofertę dla mniej zaangażowanych kupujących, umożliwiającą wypróbowanie programu SMART! w ramach abonamentowego pakietu pięciu darmowych dostaw SMART! do wykorzystania w ciągu dwunastu miesięcy. Znaczna część osób, które na próbę skorzystały z programu SMART!, wykupiła płatny abonament po wykorzystaniu pakietu 5 darmowych dostaw. Grupa przedłużyła tę udaną promocję, aby zapewnić wszystkim nowym i mniej zaangażowanym Aktywnym Kupującym możliwość przetestowania korzyści oferowanych przez program SMART!

Kolejne usprawnienia w programie SMART! uruchomione w 2021 roku obejmowały wprowadzenie płatności za pobraniem oraz obniżenie stawki MOV na przesyłki kurierskie, początkowo ze 100 PLN do 80 PLN (w I kwartale 2021 roku), a następnie do 40 PLN w III kwartale 2021 roku. Dzięki dopasowaniu stawki MOV dla przesyłek kurierskich do przesyłek do automatów paczkowych i PUDO, a tym samym wprowadzeniu jednolitej stawki MOV dla wszystkich metod dostawy, Allegro ułatwiło dostęp do darmowych dostaw Smart! do domu tym konsumentom, którzy nie mają możliwości łatwego dotarcia do punktów odbioru, przyczyniając się do zwiększenia wygody i uproszczenia lejka zakupowego dla klientów SMART!

W 2021 roku Grupa kontynuowała rozwój projektu SMART! W 2021 roku Grupa kontynuowała rozwój projektu SMART! Student, a w lipcu 2021 roku wprowadziła atrakcyjną ofertę Allegro Family, która umożliwia współdzielenie abonamentu przez kilka kont kupujących i odblokowuje funkcje spersonalizowanego doświadczenia użytkownika dla wszystkich użytkowników SMART! Wszystkie te zmiany, w połączeniu z podniesieniem dostępności dostaw kurierskich w ofertach SMART! do 100%, dalszym wzrostem liczby ofert SMART! oraz skróceniem czasu realizacji dostaw, przyczyniły się do dalszego wzrostu popularności abonamentów.

W 2021 roku Grupa osiągnęła również znaczący postęp w zarządzaniu ekonomiką programu SMART!, wprowadzając stopniowe zmiany w zakresie współfinansowania kosztów dostaw. Program SMART! przyczynił się do silnego wzrostu GMV u sprzedawców Allegro, wynikającego z ogromnej popularności darmowych dostaw wśród kupujących. Potwierdzone wzrosty sprzedaży u sprzedawców w programie SMART! stworzyły przestrzeń do monetyzacji, a także do stopniowego wprowadzania zmian w strukturze współfinansowania dla sprzedawców. Dopłaty do kosztów bezpłatnych przesyłek kurierskich uruchomiono w kwietniu 2020 r., a dopłaty wspierające dostawy do automatów pakujących – w styczniu 2021 r. W celu promowania korzyści płynących z szybszej dostawy dla sprzedawców w kontekście współczynników konwersji, Grupa podjęła decyzję o reinwestowaniu części wpływów z dofinansowania poprzez wprowadzenie rabatu na opłatę za dofinansowanie w przypadkach, gdy szybkie kompletowanie, pakowanie i wysyłka towarów przez sprzedawcę umożliwiły realizację dostawy następnego dnia do użytkownika programu SMART! Zachęty te wpłynęły na skrócenie terminów dostaw w 2021 r., podnosząc świadomość handlowców w zakresie znaczenia doskonałości w działaniach logistycznych dla ich wyników sprzedaży, i będą kontynuowane do czasu utrwalenia się tych zmian w zachowaniu.

Wyjątkiem w zakresie udziału kupców w kosztach dostawy była obniżka stawki MOV dla przesyłek kurierskich, początkowo w I kwartale po obniżeniu jej z 100 PLN do 80 PLN w I kwartale, a następnie po obniżeniu jej z 80 PLN do 40 PLN w III kwartale. W okresie obowiązywania promocji (od stycznia do sierpnia 2021 r. w przypadku pierwszej obniżki oraz od września 2021 r. w przypadku drugiej obniżki) współfinansowanie dostawy przez sprzedawców nie obowiązywało, a koszt darmowych przesyłek kurierskich w tych przedziałach wartości zamówienia w całości pokrywało Allegro. W związku z bardzo dobrym przyjęciem przez kupujących niższej stawki MOV dla przesyłek kurierskich, Spółka zdecydowała się na utrzymanie w przyszłości jednolitej stawki MOV w wysokości 40 PLN dla wszystkich form dostawy. Dzięki zmianom w strukturze opłat z tytułu współfinansowania od lutego 2022 roku, Grupa zniweluje w przyszłości różnicę w udziale sprzedawców w kosztach przesyłek kurierskich dla zamówień o wartości 40–79,99 PLN.

Niezależnie od powyższych inicjatyw w zakresie monetyzacji, mających na celu współdzielenie kosztów darmowej dostawy SMART! ze sprzedawcami, Allegro nadal finansuje zdecydowaną większość tych wydatków.

Na przełomie września i października 2021 r. odbyła się rekordowa edycja kampanii SMART! Week. Cieszyła się ona większym zainteresowaniem niż edycja z 2020 r. i przyciągnęła wielu nowych użytkowników Allegro SMART! W celu osiągnięcia jeszcze lepszego wskaźnika konwersji Grupa wprowadziła kolejną promocję „Roczny abonament SMART! za 39 zł” w listopadzie 2021 r., przed okresem jesiennych wyprzedaży i zakupów świątecznych (po sukcesie wcześniejszych podobnych ograniczonych czasowo promocji w 2020 r.), co dodatkowo przyczyniło się do wzrostu bazy abonentów.



### 3.6. Uruchomienie sieci automatów paczkowych One by Allegro

W 2021 roku Allegro osiągnęło kluczowe kamienie milowe we flagowych projektach Grupy: rozwój potencjału realizacji zamówień (fulfillment) oraz uruchomienie własnej sieci automatów paczkowych. Ponadto Grupa sfinalizowała transakcję przejęcia X-press Couriers, lokalnej firmy kurierskiej realizującej dostawy tego samego dnia. W listopadzie 2021 roku Allegro zaprezentowało nową markę logistyczną „One by Allegro”, która obejmuje zielone automaty paczkowe „One Box”, usługę „One Fulfillment” dla sprzedawców oraz punkty odbioru „One Punkt”, podkreślające innowacyjne podejście Grupy do realizacji szybkich i odpowiedzialnych dostaw.

One Fulfillment by Allegro to kompleksowa usługa dla sprzedających, obejmująca przechowywanie, pakowanie i dostawę produktów, a także obsługę klienta w zakresie związanym z realizacją zamówień. We wrześniu Allegro uruchomiło na pełną skalę pierwsze centrum fulfillmentowe, wspierające wybranych sprzedawców w koordynacji i zarządzaniu przesyłkami. Po udanym programie pilotażowym, 24 stycznia 2022 roku Allegro rozpoczęło komercyjny etap rozwoju swojej usługi logistycznej One Fulfillment, dzięki czemu usługa stała się szerzej dostępna dla sprzedających. One Fulfillment będzie uzupełnieniem modelu dostaw Allegro opartego przede wszystkim na realizacji zamówień przez sprzedających, który pozostaje priorytetem dla Allegro. Obecnie już ponad 80% zamówień dociera do klientów w ciągu 1-2 dni. Dystrybucja części produktów zakupionych na Allegro z jednego centrum logistycznego pozwoli dodatkowo skrócić czas dostawy, zapewnić wysoką jakość obsługi klienta oraz zmniejszyć negatywny wpływ na środowisko, m.in. poprzez zastosowanie ekologicznych materiałów opakowaniowych, wdrożenie procesów minimalizujących ilość odpadów oraz zmniejszenie liczby przejazdów kurierskich, co przełoży się na zmniejszenie emisji dwutlenku węgla. W ciągu 2022 roku nastąpi rozbudowa pierwszego centrum realizacji zamówień do pełnej wydajności dzięki inwestycjom w dodatkowe regały i automatykę oraz zatrudnieniu pracowników, którzy zapewnią funkcjonowanie magazynu na pełną skalę. Decyzje o uruchomieniu kolejnych centrów logistycznych zostaną podjęte przez Grupę po przeprowadzeniu pełnej analizy danych dotyczących popytu, kosztów i wydajności pierwszego centrum logistycznego w 2022 r.

W 2021 roku Grupa osiągnęła również ważne kamienie milowe w rozbudowie sieci ekologicznych automatów paczkowych One Box. Uruchomiona w listopadzie 2021 roku sieć zielonych automatów paczkowych do 31 grudnia 2021 roku obejmowała już ponad 1 000 najnowocześniejszych, ekologicznych i przyjaznych społecznie skrytek Allegro w całym kraju. Grupa planuje zainstalowanie co najmniej 3 000 automatów do końca 2022 roku. Realizując ten projekt, platforma wychodzi naprzeciw potrzebom lokalnych społeczności, aktywistów społecznych oraz ekspertów, tworząc rozwiązania przyjazne środowisku i odpowiadające na potrzeby okolicznych mieszkańców, a także harmonijnie wpisujące się w przestrzeń miejską. Wszystkie urządzenia zasilane są zieloną energią pochodzącą z odnawialnych źródeł, a konstrukcja wspierająca roślinność składa się do 90% z recyklingowanego drewna.

W ramach marki One by Allegro kupujący mogą również korzystać z sieci około 800 punktów odbioru One Punkt by Allegro. Sieć funkcjonująca pod marką Allegro ma na celu zapewnienie kupującym i sprzedającym szybszych i wygodniejszych opcji dostawy. One Punkt i One Box by Allegro, w połączeniu z wszystkimi partnerami PUDO i sieciami automatów paczkowych, z którymi współpracuje Allegro w całej Polsce, zapewniają blisko 50 tysięcy bardzo wygodnych opcji odbioru przesyłek – to największa sieć w Polsce. Dalsze skracanie czasu dostawy i zwiększanie wygody pozostają centralnym elementem strategii Allegro w zakresie doświadczeń związanych z dostawami.

W październiku 2021 r. Grupa nabyła X-press Couriers, lokalną firmę zajmującą się dostawami tego samego dnia, w celu uzupełnienia usług realizacji zamówień i usług automatów paczkowych w zakresie skrócenia czasu dostaw. Przejęcie XPC zapewnia Grupie możliwość realizacji dostaw tego samego dnia oraz zdolności w zakresie odbioru i dystrybucji. W przyszłości możliwości te będą mogły zostać wykorzystane do obsługi konkretnych przypadków zastosowań w ramach tysięcy zadań dystrybucyjnych podejmowanych każdego dnia w celu obsługi platformy handlowej, z których wszystkie są obecnie realizowane przez zewnętrznych partnerów dystrybucyjnych Grupy.

# 4.

## Raport na temat wynagrodzeń

Niniejsza część Raportu stanowi raport na temat wynagrodzeń Allegro.eu w odniesieniu do roku obrotowego zakończonego w dniu 31 grudnia 2021 r., który został przygotowany przez komitet wynagrodzeń i nominacji Spółki i przyjęty przez Radę Dyrektorów w dniu 23 lutego 2022 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. Element Polityki wynagrodzeń dotyczący Planu Motywacyjnego Allegro (Allegro Incentive Plan, AIP) został zmieniony w 2021 roku (29 czerwca i 22 września 2021 roku na posiedzeniach Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji) w celu doprecyzowania szczegółowych zasad i definicji AIP.

### 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. Uwzględni ona interesy akcjonariuszy Grupy oraz innych interesariuszy (w tym klientów, partnerów biznesowych, pracowników i społeczeństwa). Realizacji tego celu ma sprzyjać w szczególności wysokość, zasady i struktura wynagrodzeń Dyrektorów i 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 uwzględni opinię niezależnego doradcy w zakresie wynagrodzeń Dyrektorów Wykonawczych i Kluczowych Menedżerów. Doradcą wyznaczonym w roku 2021 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 Allegro 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, Grupa musi być w stanie pozyskiwać najbardziej utalentowanych pracowników w Polsce i za granicą (np. na rynku europejskim). W celu konkutowania 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:

- W skład Grupy porównawczej 1 wchodzi 11 spółek z indeksu WIG 20, które zostały wybrane z następujących sektorów: usługi finansowe, oprogramowanie, telekomunikacja oraz handel detaliczny. Allegro wchodzi

obecnie w skład indeksu WIG 20, z jedną z najwyższych wartości kapitalizacji rynkowej spośród wybranych spółek. Wybór tej grupy porównawczej uwzględnia miejsce prowadzenia działalności przez Grupę i bierze pod uwagę lokalną praktykę rynkową w zakresie stanowisk Dyrektorów i Kluczowych Menedżerów.

- Grupa porównawcza 2 obejmuje 16 europejskich spółek giełdowych z sektorów e-commerce, technologii, platform i handlu detalicznego wybranych przez Komitet Wynagrodzeń i Nominacji. Dobór tej grupy porównawczej jest niezbędny do przedstawienia Allegro jako atrakcyjnego pracodawcy dla wysoko wykwalifikowanych osób z Polski i innych krajów Europy.

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 funkcję 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.

Dyrektorem Wykonawczym i Kluczowym Menedżerem 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 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:

- komunikowanie priorytetów na dany rok oraz wspieranie pożądanego 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 65% 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:

- realizacji celów i zadań,
- postawy i sposobu wykonywania pracy,
- rozwoju umiejętności i dzielenia się wiedzą,

- wszelkich innych celów, które mogą być każdorazowo wyznaczone przez Komitet.

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 2021.

#### Korporacyjna Pula Premiowa

Kryteria dotyczące wyników	<p>Pula premiowa Spółki operacyjnej jest uzależniona od stopnia realizacji kryteriów dotyczących wyników. Cele roczne na dany rok są uzgadniane z Radą Dyrektorów i Komitetem.</p> <p>Podstawą do określenia puli premiowej spółki jest Wskaźnik Wyników Spółki (CPI). Na jego wysokość wpływa realizacja celów w zakresie dwóch kluczowych wskaźników efektywności (KPI):</p> <p>Allegro.pl i Allegro Pay:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• GMV – waga 50%, gdzie wynik na poziomie 100% = roczny budżet</li> <li>• EBITDA – waga 50%, gdzie wynik na poziomie 100% = roczny budżet</li> </ul> <p>Ceneo.pl:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Przychody – waga 50%, gdzie wynik na poziomie 100% = roczny budżet</li> <li>• EBITDA – waga 50%, gdzie wynik na poziomie 100% = roczny budżet</li> </ul> <p>eBilet:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 60% CPI spółki eBilet (EBITDA / GMV)</li> <li>• 40% CPI spółki Allegro.pl (EBITDA / GMV)</li> </ul>
Wypłata minimalna/ maksymalna (górnym limit) jako procent wynagrodzenia podstawowego	<p>Min. = 0%; 100% = roczny budżet</p> <p>Maks. = bez limitu dla GMV i górny limit na poziomie 150% dla EBITDA</p> <p>Komitet Wynagrodzeń postrzega Grupę Allegro jako działającą na rynku charakteryzującą się wysokim wzrostem i posiadającą znaczącą i długoterminową możliwość rozwoju w segmencie e-commerce, który jest niedostatecznie rozwinięty w porównaniu do standardów międzynarodowych. W tym kontekście, nieograniczanie maksymalnego wyniku dla GMV ma na celu zrównanie interesów Akcjonariuszy i Zarządu w celu jak najszybszego rozwoju firmy. Z kolei maksymalny wynik EBITDA jest ograniczony do 150% rocznego budżetu, aby zachęcić kierownictwo do skoncentrowania się na wzroście i inwestycjach, a nie na bezwzględnym osiągnięciu wyniku EBITDA (np. poprzez cięcie kosztów lub ograniczenie inwestycji), nawet w sytuacji, gdy wzrost GMV jest niższy od rocznego budżetu. Komitet Wynagrodzeń ma pełną swobodę w zakresie corocznej zmiany lub wprowadzenia innych wskaźników KPI niż GMV i EBITDA do Planu Krótkoterminowych Premii Zmiennych. KPI takie jak NPS mogą zatem zostać włączone do Planu w pewnym momencie w przyszłości. Jednakże obecnie Komitet Wynagrodzeń uważa NPS za głęboko zakorzeniony w sposobie myślenia organizacji jako kluczowy wskaźnik, który pomaga napędzać wzrost przychodów i który sam w sobie jest już wystarczająco uwzględniony poprzez włączenie wskaźnika GMV do Planu Krótkoterminowych Premii Zmiennych, a także do długoterminowego Planu Akcji za Wyniki.</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 powyżej progu naliczenia premii)
Częstotliwość wypłat	Corocznie po potwierdzeniu wyników rocznych

Cele GMV i EBITDA oraz rzeczywiste wyniki dla celów obliczania premii krótkoterminowych za lata 2021 i 2020 zostały przedstawione w poniższych tabelach.

## ROK OBROTOWY 2021

Allegro.pl	Waga	Cel (w mln PLN)	Wykonanie (w mln PLN)	Realizacja	Premia	Wskaźnik Wyników Spółki
GMV	50%	42 000,0	42 471,1	101,1%	109,0%	54,49%
EBITDA wg MSSF	50%	1 847,7	1 903,1	103,0%	124,0%	62,01%
						<b>116,50%</b>

Ceneo.pl <sup>[1]</sup>	Waga	Cel (w mln PLN)	Wykonanie (w mln PLN)	Realizacja	Premia	Wskaźnik Wyników Spółki
Przychody	50%	359,4	305,4	85,0%	0,0%	0,00%
EBITDA wg MSSF	50%	160,9	129,1	80,3%	0,0%	0,00%
						<b>0,00%</b>

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

eBilet	Waga	Cel (w mln PLN)	Wykonanie (w mln PLN)	Realizacja	Premia	Wskaźnik Wyników Spółki
GMV	50%	167 741,9	130 577,1	77,84%	0,0%	0,00%
EBITDA wg MSSF	50%	332,8	1 108,6 <sup>[2]</sup>	333,06%	150,0%	75,00%
						<b>75,00%</b>

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

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

- a. 60% CPI spółki eBilet (EBITDA / GMV)
- b. 40% CPI spółki Allegro.pl (EBITDA / GMV)

eBilet	Waga	Wskaźnik Wyników Spółki
CPI eBilet	60%	75,0%
CPI Allegro.pl	40%	116,5%
		<b>91,60%</b>

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

## ROK OBROTOWY 2020

Allegro.pl	Waga	Cel (w mln PLN)	Wykonanie (w mln PLN)	Realizacja	Premia	Wskaźnik Wyników Spółki
GMV	50%	28 435,0	35 055,2	123,3%	286,3%	143,13%
EBITDA wg MSSF	50%	1 467,9	1 606 1 <sup>[1]</sup>	109,4%	150,0%	75,00%
						<b>218,13%</b>

[1] EBITDA wg MSSF wyniosła 1 531,3 mln PLN i została skorygowana o jednorazowe koszty związane z Przyznaniem akcji dla pracowników w związku z IPO +23,4 mln PLN, Programem Motywacyjnym dla kadry zarządzającej +49,8 mln PLN oraz premią uznaniową za IPO +2,0 mln PLN

Ceneo.pl	Waga	Cel (w mln PLN)	Wykonanie (w mln PLN)	Realizacja	Premia	Wskaźnik Wyników Spółki
Przychody	50%	266,3	280,5	105,4%	142,9%	71,44%
EBITDA wg MSSF	50%	136,8	140,4 <sup>[2]</sup>	102,6%	120,7%	60,37%
						<b>131,81%</b>

[2] EBITDA wg MSSF wyniosła 134,6 mln PLN i została skorygowana o jednorazowe koszty związane z Przyznaniem akcji dla pracowników w związku z IPO +1,9 mln PLN, Programem Motywacyjnym dla kadry zarządzającej +3,9 mln PLN oraz premią uznaniową za IPO +0,1 mln PLN

eBilet	Waga	Cel (w mln PLN)	Wykonanie (w mln PLN)	Realizacja	Premia	Wskaźnik Wyników Spółki
GMV	50%	375 000,0	55 675,5	14,8%	0,0%	0,00%
EBITDA wg MSSF	50%	15 900,0	-3 695,1	-23,2%	0,0%	0,00%
						<b>0,00%</b>

### 4.3.3. WYNAGRODZENIE ZMIENNE DŁUGOTERMINOWE

Grupa wprowadziła 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. 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.

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:

#### 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 programie AIP mogą być przyznawane w formie jednostek PSU lub RSU, które dają uczestnikom prawo do bezpłatnego otrzymania Akcji po upływie okresu nabywania uprawnień, a w przypadku jednostek PSU – pod warunkiem spełnienia określonych warunków dotyczących wyników. Regulamin AIP przewiduje również możliwość przyznawania przez Komitet Wynagrodzeń i Nominacji innych form nagród, takich jak opcje na akcje.
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).
Terminy przyznawania nagród	Pierwsze nagrody w ramach programu AIP zostały przyznane w kwietniu 2021 roku. W roku 2022 i kolejnych latach nagrody będą zwykle przyznawane w okresie sześciu tygodni po ogłoszeniu przez Emitenta wyników rocznych. Niemniej Komitet Wynagrodzeń i Nominacji może wedle własnego uznania przyznawać nagrody także w innych terminach O ile Zgromadzenie Akcjonariuszy nie postanowi inaczej, po upływie dziesięciu lat od 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.

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu zgodna z wymogami ESEF i dostępna na stronie [www.allegro.eu](http://www.allegro.eu) jest jedyłą wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążącą jest angielska wersja językowa.

## Program Motywacyjny Allegro

Nabywanie uprawnień i wydawanie nagród	<p>Prawa do jednostek RSU będą nabywane, a akcje będą wydawane w zwykłym trybie w trzech transzach rocznych – po 25%, 25% i 50% odpowiednio w pierwszą, drugą i trzecią rocznicę daty przyznania, pod warunkiem kontynuacji zatrudnienia.</p> <p>Prawa do jednostek RSU będą nabywane, a akcje będą wydawane w zwykłym trybie w trzech transzach rocznych – po 25%, 25% i 50% odpowiednio w pierwszą, drugą i trzecią rocznicę daty przyznania, pod warunkiem kontynuacji zatrudnienia.</p> <p>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.</p>
Zmniejszenie wysokości lub Zwrot wypłaty składnika wynagrodzenia	<p>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.</p>
Odejście z Grupy	<p>W przypadku rozwiązania stosunku pracy Uczestnika w ramach Grupy, Uczestnik zostanie zakwalifikowany jako:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>„Bad Leaver” – w przypadku rozwiązania stosunku pracy Uczestnika z powodu (i) rażącego naruszenia obowiązków pracowniczych lub (ii) rezygnacji, w przypadku gdy Uczestnik przejdzie do podmiotu konkurencyjnego (co każdorazowo stwierdza Komitet Wynagrodzeń i Nominacji) w ciągu dwunastu miesięcy od dnia, w którym przestanie być zatrudniony („Data rozwiązania stosunku pracy”); oraz</li> <li>„Good Leaver” – w przypadku rozwiązania stosunku pracy Uczestnika z innego powodu niż wskazane powyżej.</li> </ul> <p><b>W przypadku nagród w formie jednostek PSU:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>jeżeli Uczestnik jest zakwalifikowany jako „Good Leaver”: <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>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"> <li>część, do której nabyto uprawnienia, będzie obliczana przez odniesienie do liczby przepracowanych miesięcy od daty przyznania do Dacie rozwiązania stosunku pracy jako odsetka trzyletniego okresu nabywania uprawnień (w przeciwieństwie do rocznego harmonogramu nabywania uprawnień); oraz</li> <li>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.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>W przypadku nagród w formie jednostek RSU:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>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</li> <li>jeżeli Uczestnik jest zakwalifikowany jako „Good Leaver”, nie nastąpi nabycie uprawnień do dalszych nagród, chyba że Komitet Wynagrodzeń i Nominacji postanowi inaczej.</li> </ul> <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> </li></ul>

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.

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

GMV i EBITDA są kluczowymi wskaźnikami wyceny stosowanymi przez naszych inwestorów. Te wyniki finansowe są rezultatem ciągłych, sukcesywnych ulepszeń w zakresie zestawu czynników operacyjnych, co pozwala na jeszcze silniejszą harmonizację interesów z naszymi Akcjonariuszami.

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.

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

W chwili sporządzania niniejszego sprawozdania, Komitet Wynagrodzeń i Nominacji nie omówił jeszcze i nie ustalił charakteru ewentualnych zmian warunków dotyczących wyników, pierwotnie ustalonych dla nagród na rok 2021, w związku z oczekiwanym istotnym wpływem przejścia Mall Group / WE|DO. Kwestia ta zostanie poruszona w momencie ustalania warunków dotyczących wyników dla przyznania PSU w 2022 roku.

Szczegóły dotyczące celów GMV i EBITDA Allegro.eu dla długoterminowego wynagrodzenia zmiennego na rok 2021 zostały przedstawione w poniższej tabeli. Nagroda w postaci jednostek PSU zostanie przyznana dopiero w trzecią rocznicę daty przyznania, pod warunkiem osiągnięcia odpowiednich celów w zakresie wyników ustalonych dla wszystkich trzech lat.



Allegro.eu	Waga	Cel (w mln PLN)	Wykonanie (w mln PLN)	Realizacja	Premia	Wskaźnik Wyników Spółki
GMV	50%	42 167,7	42 601,7	101,0%	108,2%	54,12%
Skorygowana EBITDA	50%	2 044,5	2 068,5	101,2%	109,4%	54,70%
						<b>108,81%</b>

Cele na lata 2022 i 2023 opierają się na średnioterminowym planie Grupy na rok 2021 w momencie przyznania nagród na rok 2021. Cele te są uważane za poufne z handlowego punktu widzenia i będą ujawniane retrospektywnie w przyszłych raportach rocznych Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji.

Pierwsze nagrody w ramach programu AIP zostały przyznane w kwietniu 2021 roku. Nagrody są przyznawane w jednostkach, a dla celów oszacowania wartości danej nagrody, jednostki są wyceniane w odniesieniu do kursu akcji Grupy zgodnie z metodologią określoną w regulaminie programu AIP, który jest obliczany w następujący sposób:

Jednostki są wyceniane w oparciu o średni kurs zamknięcia akcji (pochodzący z Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie, zaokrąglony w dół do dwóch miejsc po

przecinku (PLN1/100)) w okresie 60 dni transakcyjnych kończącym się na dzień transakcyjny przed datą przyznania, z wyłączeniem okresu, w którym obrót akcjami jest zakazany zgodnie z kodeksem transakcji akcjami spółki lub innego takiego okresu.

Komitet Wynagrodzeń i Nominacji może, według własnego uznania, uznać za konieczne zastosowanie innej metody obliczania w celu rzetelnego przedstawienia ceny transakcyjnej skorygowanej o wyjątkowe okoliczności.

Poszczególne nagrody w formie jednostek PSU przyznane i anulowane w 2021 r. oraz łączna liczba jednostek i łączna wartość nagród w formie jednostek RSU przyznanych pozostałym pracownikom Grupy, wszystkie wycenione zgodnie z zalecaną metodologią wyceny na podstawie ostatnich notowań, zostały przedstawione w poniższych tabelach:

Nagroda AIP	Imię i nazwisko Dyrektora	Spółka Stanowisko	Łączna liczba jednostek przyznanych w 2021 r.	Łączna wartość nagród przyznanych w 2021 roku (w PLN)	Całkowita liczba jednostek anulowanych w 2021 r.	Całkowita wartość nagród anulowanych w 2021 roku (w PLN)
AIP w formie PSU	Francois Nuyts	Dyrektor Wykonawczy	163 949	10 923 964	0	0
AIP w formie PSU	Jon Eastick	Dyrektor Wykonawczy	23 987	1 598 400	0	0
AIP w formie PSU	Piotr Szybiak	CTO MBM	20 349	1 355 940	20 349	1 355 940
AIP w formie PSU	Damian Zapłata	CCO MBM	23 987	1 598 400	23 987	1 598 400
AIP w formie PSU	Wojciech Bogdan	CDO MBM	22 961	1 530 000	0	0
AIP w formie PSU	Marcin Łachajczyk	Dyrektor Zarządzający Członek Zarządu	8 765	584 016	0	0
AIP w formie PSU	Kluczowi Menedżerowie niebędący Członkami Kierownictwa Wyższego Szczebla	—	66 707	4 449 625	0	0
			<b>330 705</b>	<b>22 040 345</b>	<b>44 336</b>	<b>2 954 340</b>

Nagroda AIP	Łączna liczba akcji przyznanych w 2021 roku	Łączna wartość nagród przyznanych w 2021 roku (PLN) <sup>[1]</sup>
AIP w formie PSU	647 306	42 934 477

[1] Nagrody w ramach programu AIP przyznane w 2021 r., przedstawione w powyższych tabelach, stanowią sumę wartości Nagród AIP w 2021 r. obliczone na Datę przyznania jako procent rocznego wynagrodzenia zasadniczego każdego Dyrektora / Kluczowego Menedżera / pracownika i podzielone przez wartość rynkową akcji, czyli średni kurs zamknięcia akcji (pochodzący z GPW, zaokrąglony w dół do dwóch miejsc po przecinku (PLN1/100)) w okresie 60 dni transakcyjnych kończącym się na dzień transakcyjny przed Datą Przyznania, z wyłączeniem okresu, w którym obrót akcjami jest zakazany zgodnie z kodeksem transakcji akcjami Spółki. Wartości te różnią się zatem od wartości naliczonych zgodnie ze standardem MSSF 2, przedstawionych w tabelach w kolejnych punktach dokumentu.

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

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

i) w sytuacji, w której niektórzy 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 osobie otrzymującej pożyczkę możliwość, w momencie wyjścia z inwestycji, do niespłacania pożyczki w zamian za zrzeczenie się praw do akcji.

ii) 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.

Dyrektorzy i Kluczowi Menedżerowie nie otrzymali w 2021 r. żadnych niepieniężnych wynagrodzeń w formie akcji rozliczanych w instrumentach kapitałowych wynikających z programu MIP.

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

Imię i nazwisko Dyrektora	Spółka	Stanowisko	2021	2020
Darren Huston	Allegro.eu	Przewodniczący Rady Dyrektorów Dyrektor Niewykonawczy	0,0	3 772,1
Francois Nuyts	Allegro.eu	Dyrektor Wykonawczy	0,0	3 044,6
Jon Eastick	Allegro.eu	Dyrektor	0,0	130,9
Piotr Szybiak	Allegro.eu	Kluczowy Menedżer MBM	0,0	109,7
Damian Zapłata	Allegro.eu	Kluczowy Menedżer MBM	0,0	109,7
Wojciech Bogdan	Allegro.eu	Kluczowy Menedżer MBM	0,0	1 737,5
Marcin Łachajczyk	Allegro.eu	Kluczowy Menedżer MBM	0,0	38,7



#### 4.3.4. ZESTAWIENIE WYNAGRODZEŃ DYREKTORÓW WYKONAWCZYCH I KLUCZOWYCH MENEDŻERÓW

#### ZESTAWIENIE WYNAGRODZEŃ DYREKTORÓW WYKONAWCZYCH I KLUCZOWYCH MENEDŻERÓW ZA ROK 2021 (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 <sup>[1]</sup>	Zmienne za wiele lat <sup>[2]</sup>	Stale				Zmienne	
Francois Nuyts	Allegro.eu	Dyrektor Wykonawczy (01,09,2020 –)	—	228,4	—	—	—	—	—	228,4	100%	0%	
	Allegro.pl	CEO Grupy Członek Zarządu (01,08,2018 –)	3 568,1	—	47,4	4 466,0	4 253,4	—	—	12 334,9	29%	71%	
Jon Eastick	Allegro.eu	Dyrektor Wykonawczy (01,09,2020 –)	—	228,4	—	—	—	—	—	228,4	100%	0%	
	Allegro.pl	CFO Grupy MBM (01,02,2018 –)	1 065,6	—	60,2	759,2	622,3	—	—	2 507,4	45%	55%	
Piotr Szybiak	Allegro.pl	CTO MBM (01,12,2015 – 23,06,2021 rozwiązanie stosunku pracy – 30,09,2021)	751,0	—	31,0	—	—	71,0	—	852,9	100%	0%	
Damian Zapłata	Allegro.pl	CCO MBM (01,12,2017 – 27,08,2021)	713,1	—	42,6	—	—	133,2	—	888,9	100%	0%	
Wojciech Bogdan	Allegro.pl	CDO MBM (01,05,2020 –)	1 039,2	—	21,0	765,0	595,7	—	—	2 420,8	44%	56%	
Marcin Łachajczyk	Ceneo.pl	Dyrektor Zarządzający Członek Zarządu (01,01,2013 –)	618,0	—	80,0	227,5	227,4	—	—	1 152,9	61%	39%	

[1] Wynagrodzenie zmienne krótkoterminowe: uznaniowa premia roczna. Kwoty premii oparte są na wartościach naliczonych, ponieważ ostateczne kwoty nagród zgodnie z zasadami krótkoterminowego wynagrodzenia zmiennego za rok 2021 nie zostały jeszcze ustalone i wypłacone w marcu 2022 r.

[2] Wynagrodzenie zmienne długoterminowe Program Motywacyjny Allegro – Świadczenie w postaci Ekwiwalentów akcji za wyniki Kwoty nagród w ramach programu AIP na podstawie wartości naliczonych zgodnie ze standardem MSSF 2. Kwoty przedstawione powyżej są wartościami opartymi na kosztach poniesionych tylko w 2021 roku i dlatego różnią się od łącznych wartości nagród przyznanych w 2021 roku przedstawionych w punkcie 4.3.3. – Wynagrodzenie zmienne długoterminowe

**ZESTAWIENIE WYNAGRODZEŃ DYREKTORÓW WYKONAWCZYCH I KLUCZOWYCH MENEDŻERÓW  
ZA ROK 2020 (W TYS. PLN)**

Imię i nazwisko Dyrektora	Spółka	Stanowisko	Wynagrodzenie stałe			Wynagrodzenie zmienne					Wynagrodzenie ogółem	Udział wynagrodzenia stałego i zmiennego	
			Wynagrodzenie podstawowe	Oplaty	Pozostałe świadczenia	Zmienne naliczone za jeden rok <sup>[1]</sup>	Zmienne wyplacone za jeden rok <sup>[1]</sup>	Zmienne za wiele lat <sup>[2]</sup>	Pozycja nadzwyczajna	Koszty świadczeń emerytalnych		Stale	Zmienne
Francois Nuyts	Allegro.eu	Dyrektor Wykonawczy (01,09,2020 –)	—	74,1	—	—	—	—	—	—	74,1	100%	0%
	Allegro.pl	CEO Grupy Członek Zarządu (01,08,2018 –)	3 349,0	—	39,3	7 304,2	9 092,8	—	—	—	12 481,2	27%	73%
Jon Eastick	Allegro.eu	Dyrektor Wykonawczy (01,09,2020 –)	—	74,1	—	—	—	—	—	—	74,1	100%	0%
	Allegro.pl	CFO Grupy MBM (01,02,2018 –)	1 065,6	—	41,3	1 336,3	1 592,1	—	—	—	2 699,0	41%	59%
Piotr Szybiak	Allegro.pl	CTO MBM (01,12,2015 – 23,06,2021 rozwiązanie stosunku pracy – 30,09,2021)	996,9	—	65,8	1 251,4	1 118,2	—	—	—	2 180,9	49%	51%
Damian Zapłata	Allegro.pl	CCO MBM (01,12,2017 – 27,08,2021)	1 065,6	—	64,2	1 633,2	1 586,3	—	—	—	2 716,1	42%	58%
Wojciech Bogdan	Allegro.pl	CDO MBM (01,05,2020 –)	680,0	—	4,1	1 112,3	1 049,1	—	—	—	1 733,2	39%	61%
Marcin Łachajczyk	Ceneo.pl	Dyrektor Zarządzający Członek Zarządu (01,01,2013 –)	579,8	—	60,3	573,1	573,1	—	—	—	1 213,1	53%	47%

[1] Wynagrodzenie zmienne krótkoterminowe: uznaniowa premia roczna. Ostateczne decyzje dotyczące premii za rok 2020 zostały podjęte przez Komitet Wynagrodzeń po publikacji raportu rocznego. Kwoty podane w Raporcie na temat wynagrodzeń za rok 2020 stanowią naliczone premie. Raport na temat wynagrodzeń za bieżący okres obejmuje faktycznie wypłacone kwoty za rok 2020. Różnice uwzględniają również wahania kursów walut pomiędzy datą raportu za rok 2020 a datą faktycznej płatności.

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

## 4.4. Wynagrodzenie Dyrektorów Niewykonawczych

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

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

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

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

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

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

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

[1] Wynagrodzenie zmienne krótkoterminowe: uznaniowa premia roczna.

[2] Wynagrodzenie zmienne długoterminowe Program Motywacyjny Allegro – Świadczenie w postaci Ekwiwalentów akcji za wyniki

## 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	Opłaty	Pozostałe świadczenia	Zmienne za jeden rok <sup>[1]</sup>	Zmienne za wiele lat <sup>[2]</sup>				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 Niewyko- nawczy	—	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	—	—	—	—	—	—	—	0,0	—	—
Séverine Michel (05.05.2017 — 12.10.2020)	Adinan Midco	Dyrektor	160,0	—	—	—	—	—	—	160,0	100%	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	—	—

[1] Wynagrodzenie zmienne krótkoterminowe: uznaniowa premia roczna.

[2] Wynagrodzenie zmienne długoterminowe Program Motywacyjny Allegro – Świadczenie w postaci Ekwiwalentów akcji za wyniki

## POZOSTAŁE TRANSAKcje Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI ZAWARTE Z DYREKTORAMI NIEWYKONAWCZYMI GRUPY PRZED PRZEPROWADZENIEM PIERWSZEJ OFERTY PUBLICZNEJ

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

rzecz Spółki i dowolnej spółki z Grupy w ramach usług świadczonych osobiście przez Pana Hustona, zgodnie z ogólnymi wytycznymi Rady Dyrektorów. Umowa ta została rozwiązana przed przeprowadzeniem pierwszej oferty publicznej w 2020 r. Wynagrodzenie to zostało wykazane jako transakcje z podmiotami powiązanyymi w Nocie 37 do Skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

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



## 4.5. Informacje porównawcze dotyczące wynagrodzeń i wyników Spółki

Poniższa tabela przedstawia roczne wynagrodzenia Dyrektorów i Kluczowych Menedżerów, wyniki Spółki oraz średnie całkowite roczne wynagrodzenia pracowników Spółki i Grupy niebędących Dyrektorami i Członkami Kierownictwa Wyższego Szczebła w 2021 r.

Zmiana w ujęciu rocznym	Zmiana r/r (w %)	Zmiana r/r (w tys. PLN)	2021 (w tys. PLN)	2020 (w tys. PLN)	
<b>Director's total remuneration (from all Legal Entities)</b>					
Francois Nuyts	CEO (01.08.2018 – ), Dyrektor Wykonawczy (01.09.2020 – )	0,06%	7,90	12 563,20	12 555,30
Jon Eastick	CFO (01.02.2018 – ), Dyrektor Wykonawczy (01.09.2020 – )	(1,35%)	(37,39)	2 735,71	2 773,10
Darren Huston	Przewodniczący Rady Dyrektorów, Dyrektor Niewykonawczy (12.05.2017 – )	185,74%	890,60	1 370,10	479,5
Carla Smits-Nusteling	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy (01.09.2020 – )	208,29%	379,50	561,7	182,2
David Barker	Dyrektor Niewykonawczy (01.09.2020 – )	0,00%	0,00	0	0
Nancy Cruickshank	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy (01.09.2020 – )	208,25%	333,20	493,2	160
Paweł Padusiński	Dyrektor Niewykonawczy (01.09.2020 – )	0,00%	0,00	0	0
Richard Sanders	Dyrektor Niewykonawczy (01.09.2020 – )	0,00%	0,00	0	0
Daniele Arendt	Dyrektor Niewykonawczy (05.05.2017 – 12.10.2020)	n/a	0,00	n/a	0
Gautier Laurent	Dyrektor Niewykonawczy (05.05.2017 – 12.10.2020)	n/a	(160,00)	n/a	160
Séverine Michel	Dyrektor Niewykonawczy (05.05.2017 – 12.10.2020)	n/a	0,00	n/a	0
Cédric Pedoni	Dyrektor Niewykonawczy (05.05.2017 – 12.10.2020)	n/a	0,00	n/a	0
Gilles Willy Duroy	Dyrektor Niewykonawczy (17.10.2019 – 12.10.2020)	n/a	0,00	n/a	0
Piotr Szybiak	Kluczowy Menedżer, MBM (01.12.2015 – 23.06.2021, rozwiązanie stosunku pracy – 30.09.2021)	(60,89%)	(1) 328,00	852,9	2 180,90

Zmiana w ujęciu rocznym		Zmiana r/r (w %)	Zmiana r/r (w tys. PLN)	2021 (w tys. PLN)	2020 (w tys. PLN)
Damian Zapłata	Kluczowy Menedżer, MBM (01.12.2017 – 27.08.2021)	(67,27%)	(1 827,20)	888,9	2 716,10
Marcin Łachajczyk	Kluczowy Menedżer, MBM (01.01.2013 –)	(4,96%)	(60,21)	1 152,89	1 213,10
Wojciech Bogdan	Kluczowy Menedżer MBM (01.05.2020 –)	39,67%	687,65	2 420,85	1 733,20

Wyniki Spółki	Zmiana r/r (w %)	Zmiana r/r (w tys. PLN)	2021 (w tys. PLN)	2020 (w tys. PLN)
GMV (w mln PLN)	21,33%	7 489,7	42 601,7	35 112,0
EBITDA – segment Allegro (w tys. PLN)	24,05%	368 937,9	1 903 119,3	1 534 181,4
EBITDA – segment Ceneo (w tys. PLN)	(4,02%)	(5 412,2)	129 138,6	134 550,8
Przychody – segment Ceneo (w tys. PLN)	8,85%	24 835,2	305 363,4	280 528,2

Średnie roczne wynagrodzenie pracowników niebędących Dyrektorami i Kluczowymi Menedżerami	Zmiana r/r (w %)	Zmiana r/r (w tys. PLN)	2021 (w tys. PLN)	2020 (w tys. PLN)
Wynagrodzenie ogółem	(1,04%)	(1,3)	123,2	124,5

## 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 osiągnięciu swojego najwyższego potencjału. Spółka tworzy środowisko pracy, w którym każdy może zabrać głos, aby usunąć bariery na drodze do sukcesu, współpracować z innymi i wdrażać swoje najlepsze pomysły w życie. Dla podkreślenia wagi tych kwestii, Rada Dyrektorów przyjęła Politykę Różnorodności w dniu 17 grudnia 2020 r. i wprowadziła do niej zmiany w dniu 28 czerwca 2021 r.

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 programów komunikacyjnych i szkoleniowych, które promują różnorodność,
- Dążenie do równego traktowania wszystkich pracowników, niezależnie od płci, tożsamości płciowej, wieku, rasy, formy zatrudnienia, poglądów politycznych, orientacji psychoseksualnej, niepełnosprawności, stanu zdrowia, narodowości, pochodzenia etnicznego, religii, wyznania, statusu bezwyznaniowego, przekonania, przynależność do związku zawodowego, statusu cywilnego czy stylu życia, także podczas oceny pracownika oraz podejmowania decyzji dotyczących zatrudnienia i awansu,
- Wspieranie kobiet wybierających karierę w branży technologicznej,
- Wspieranie różnorodności przy wyborze członków Rady,
- Wspieranie inicjatyw z zakresu różnorodności i integracji,
- Zwiększenie możliwości zmiany stanowiska wewnątrz spółki,
- Monitorowanie podejmowanych działań i raportowanie ich efektów.

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

## 4.7. Stosowanie Polityki wynagrodzeń

Wynagrodzenie wypłacane Dyrektorom 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;
- ustalone z uwzględnieniem bieżącej sytuacji finansowej Spółki.



# 5.

## Oczekiwania dla Grupy w roku obrotowym 2022

Grupa przedstawia następujące cele i oczekiwania na rok obrotowy 2022 w odniesieniu do swojej działalności prowadzonej w Polsce.

	Rok obrotowy 2021	Rok obrotowy 2022
	Wykonanie	Oczekiwania
<b>GMV</b>	<b>21%</b>	<b>Okolo 20%</b>
	Dynamika wzrostu r/r	Dynamika wzrostu r/r
<b>Przychody</b>	<b>34%</b>	<b>Nieco powyżej 30%</b>
	Dynamika wzrostu r/r	Dynamika wzrostu r/r
<b>Skorygowana EBITDA <sup>[1]</sup></b>	<b>18%</b>	<b>okolo 10–15%</b>
	Dynamika wzrostu r/r	Dynamika wzrostu r/r
<b>Capex <sup>[2]</sup></b>	<b>407 mln PLN</b>	<b>700–750 mln PLN</b>

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

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

Oczekiwania te nie uwzględniają trwającego procesu przejęcia Grupy Mall / WE|DO, ponieważ przewidywany termin zamknięcia transakcji jest uzależniony od uzyskania wszystkich zgód organów regulacyjnych, co uniemożliwia obecnie precyzyjne przewidzenie jej skutków finansowych w skali całego roku.

Grupa oczekuje, że w roku obrotowym 2022 tempo wzrostu GMV i przychodów będzie w dużej mierze zbliżone do rzeczywistego tempa wzrostu odnotowanego w roku obrotowym 2021. Priorytetem na najbliższy okres pozostają inwestycje we wzrost GMV, których celem będzie zapewnienie najlepszych cen, najbogatszego asortymentu i największej wygody dla kupujących oraz najlepszej propozycji wartości dla sprzedających, przy jednoczesnym zwiększeniu skali działania Allegro Pay, automatów paczkowych Allegro i operacji logistycznych.

Oczekiwany wzrost Skorygowanej EBITDA w roku obrotowym 2022 opiera się na osiągnięciu oczekiwanego wzrostu GMV, który będzie wspierany przez rosnącą liczbę klientów programu Smart! i ich rosnące zaangażowanie, w połączeniu ze zwiększonymi opłatami z tytułu współfinansowania od lutego 2022 r. w celu wsparcia monetyzacji udoskonaleń programu Smart! oraz rosnącą penetracją strumienia przychodów z reklam jako odsetka GMV.

Oczekuje się, że wzrost przychodów wynikający z tych czynników zostanie częściowo zniwelowany przez wyższy udział transakcji w ramach programu Smart! w GMV i ich wpływ na koszty dostawy netto, zwiększone o ok. 60 mln PLN straty związane z uruchomieniem projektów automatów paczkowych Allegro One i realizacji zamówień w miarę zwiększania ich skali w 2022 r. oraz wyższe koszty pracy zespołu i działalności operacyjnej.

Nakłady inwestycyjne na 2022 r. obejmują koszty szybszej rozbudowy sieci automatów paczkowych, których liczba ma się podwoić w porównaniu z 2021 r., inwestycje w automatyzację centrum realizacji zamówień oraz pewne inwestycje w powierzchnie biurowe przeniesione z 2021 r. Ponadto oczekuje się, że ciągłe inwestycje w zwiększenie potencjału zespołu deweloperskiego, wraz z rosnącymi kosztami w przeliczeniu na dewelopera, spowodują wzrost skapitalizowanych kosztów prac rozwojowych, ponieważ Grupa nadal dokonuje znacznych inwestycji w nowe funkcjonalności swoich platform.

Oczekuje się, że tempo wzrostu GMV i przychodów w ujęciu rocznym będzie najwolniejsze w I kwartale, ze względu na lockdowny obowiązujące w poprzednim roku, a następnie przyspieszy w pozostałych trzech kwartałach. W odniesieniu do Skorygowanej EBITDA, oczekuje się, że tempo wzrostu r/r osiągnie najniższy poziom w I kwartale, a następnie znacznie przyspieszy w pozostałych trzech kwartałach w miarę poprawy marż dzięki nowym inicjatywom w zakresie monetyzacji i wolnemu wzrostowi kosztów operacyjnych.

# 6.

## Średnioterminowe oczekiwania Allegro na lata 2023–2026

Grupa przedstawia poniższą aktualizację w odniesieniu do swoich średnioterminowych oczekiwań dotyczących wyników finansowych. Oczekiwania średnioterminowe są weryfikowane każdego roku przez kierownictwo w ramach rundy planowania rocznego, chyba że aktualne wyniki lub istotne nowe okoliczności wymagają przeprowadzenia wcześniejszej weryfikacji.

Poniżej przedstawiono oczekiwania kierownictwa na lata 2023-2026 sformułowane na podstawie wyników rundy planowania rocznego na rok 2022:

		Grupa Allegro	w tym wkład Grupy Mall
GMV	% CAGR 2022–26	Nieco powyżej 20%	~2 pp
Przychody	% CAGR 2022–26	Nieco poniżej 20%	~(3–4pp) <sup>[1]</sup>
Skorygowana EBITDA	% CAGR 2022–26	Średnie do wysokich 20%	~3–4pp
Inwestycje kapitałowe	PLN m średnio rocznie	~1 000–1 300	~200–300
Dźwignia finansowa <sup>[1]</sup>	Stopniowy spadek z poziomu ~3.0x <sup>[2]</sup> po połączeniu z Grupą Mall do ok. ~1.0x w 2025 r.		

[1] Negatywny wpływ Grupy Mall na CAGR % przychodów wynika z tego, że nabyta baza przychodów to w 90% sprzedaż 1P, podczas gdy wzrost w latach 2022-2026 ma być głównie prowizjami uzyskiwanymi na transakcjach rynkowych 3P, co napędza wzrost GMV znacznie szybciej niż wzrost przychodów w stosunku do szacunków proforma na rok 2022

[2] Dźwignia finansowa zdefiniowana jako Zadłużenie netto/ Skorygowana EBITDA za ostatnie 12 mies.

Nowe oczekiwania średnioterminowe Grupy uwzględniają założenia Grupy dotyczące integracji po przejęciu spółek oraz jej ambicje dotyczące wyników finansowych uzyskanych w wyniku przejęcia Grupy Mall / WE|DO. Kierownictwo przewiduje, że przejęcie to będzie miało istotny wpływ na GMV, przychody, Skorygowaną EBITDA i inwestycje kapitałowe rozszerzonej Grupy.

Grupa uwzględniła szacunki wstępne, które są trudne do przewidzenia do momentu przejęcia przez Grupę kontroli operacyjnej, pełnego zatwierdzenia planów integracji po połączeniu oraz potwierdzenia średnioterminowych celów operacyjnych dla nowych spółek wchodzących w skład Grupy. Należy zaznaczyć, że przejęcie Grupy Mall / WE|DO nie zostało jeszcze sfinalizowane i oczekuje się na uzyskanie wszystkich zgód organów regulacyjnych. Jeśli transakcja z jakiegokolwiek powodu nie zostanie sfinalizowana, wówczas oczekiwania średnioterminowe zostaną zaktualizowane.

Niektóre ryzyka związane z przejęciem Grupy Mall / WE|DO zostały przedstawione w punkcie 3.2.2 niniejszego Raportu. Czynniki ryzyka – Ryzyka związane z przejęciem Grupy Mall i WE | DO W celu opracowania szacunków wzrostu CAGR na lata 2022-2026 Grupa wykorzystała jako podstawę szacunki proforma wyników za rok kalendarzowy 2022.

Nowe oczekiwania średnioterminowe dla rozszerzonej Grupy, w tym Grupy Mall / WE|DO, odzwierciedlają założenia, że wzrost będzie wynikał z realizacji bieżących priorytetów strategicznych, które skutecznie przyczyniły się do znacznego wzrostu GMV i przychodów oraz sukcesywnego wzrostu Skorygowanej EBITDA w ostatnich latach, a także założenia dotyczące pomyślnej integracji po połączeniu i przestawieniu działalności Grupy Mall / WE|DO na model platformy handlowej. Oczekuje się, że największy wkład we wzrost Skorygowanej EBITDA do 2026 r. będzie miała kontynuacja działalności platformy handlowej w Polsce, w przypadku której oczekuje się, że silny wzrost przychodów z usług reklamowych jako procent GMV, zmniejszenie procentowego rozwodnienia marży w związku z dalszym wzrostem liczby użytkowników SMART! oraz poprawa dźwigni operacyjnej z tytułu obniżenia kosztów ogólnego zarządu przyczynią się do zwiększenia rentowności.

Oczekuje się również, że Skorygowana EBITDA Grupy ulegnie poprawie dzięki niedawnym inicjatywom, znajdującym się obecnie w fazie intensyfikacji, które powinny osiągnąć dojrzałość w nadchodzących latach. W szczególności oczekuje się, że Allegro Pay przyczyni się do znacznego wzrostu GMV dzięki zwiększonemu zaangażowaniu konsumentów bez obniżania marż, zapewniając atrakcyjne stopy zwrotu z inwestycji. Jednocześnie oczekuje się, że po początkowym okresie generowania strat oba projekty Grupy, tj. rozwój sieci automatów paczkowych i budowa Fulfillment Center, zaczną wносить pozytywny wkład do zysku EBITDA.

# 7.

## Aktualne trendy sprzedażowe

W styczniu i na początku lutego 2022 r. Grupa odnotowała wzrost GMV, który jest zgodny z oczekiwaniami na rok obrotowy 2022, przedstawionymi przez Grupę w punkcie powyżej.

Dane porównawcze za styczeń 2021 r. stanowią spore wyzwanie w stosunku do danych za okres bieżący: ponowne zamknięcie galerii handlowych, wprowadzone zaraz po Bożym narodzeniu w 2020 r. i obowiązujące prawie do końca stycznia 2021 r., a także dobrze ugruntowany wyższy popyt na zakupy on-line spowodowany przez pandemię COVID-19 spowodowały, że tempo wzrostu GMV w styczniu 2021 r. znacznie przekroczyło poziom 46% r/r odnotowany za cały I kwartał 2021 r., a sam styczeń był zdecydowanie najbardziej dynamicznym miesiącem w roku obrotowym 2021. Ponieważ na początku 2022 r. nie zarządzono zamknięcia tradycyjnych sklepów detalicznych, a obowiązywały jedynie stosunkowo łagodne wymogi dotyczące noszenia maseczek i zagęszczenia klientów, sytuacja związana z COVID-19 w styczniu 2021 r. stanowi istotny czynnik ograniczający wzrost wyników w I kw. 2021 r. i znajduje odzwierciedlenie w oczekiwaniach Grupy na rok 2022.

Niemniej jednak Grupie udało się w styczniu 2022 r. odnotować zadowalającą niską dwucyfrową dynamikę wzrostu GMV w ujęciu rok do roku.

Z drugiej strony w lutym 2021 r. nie obowiązywały ograniczenia w funkcjonowaniu tradycyjnych sklepów detalicznych, w związku z czym Grupa odnotowała istotne przyspieszenie tempa wzrostu GMV r/r w lutym 2022 r.

Biorąc pod uwagę powyższe czynniki, Grupa spodziewa się, że w I kw. 2022 r. odnotuje najniższy roczny wzrost GMV spośród wszystkich kwartałów w 2022 r.



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

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

### NAKLĄDY INWESTYCYJNE RAZEM

Informacje dotyczące łącznej kwoty nakładów inwestycyjnych ujętych w roku obrotowym 2021 i 2020 zostały zaprezentowane w części dotyczącej działalności inwestycyjnej w skonsolidowanym sprawozdaniu z przepływów pieniężnych jako odrębna pozycja: „Nabycie rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych i prawnych”.

w mln PLN (badane)	Rok obrotowy 2021	Rok obrotowy 2020	Q4 2021	Q4 2020
Skapitalizowane koszty prac rozwojowych	(224,8)	(149,3)	(62,7)	(43,2)
Pozostałe nakłady inwestycyjne	(182,2)	(81,2)	(87,7)	(21,4)
<b>Nakłady inwestycyjne razem</b>	<b>(407,1)</b>	<b>(230,5)</b>	<b>(150,4)</b>	<b>(64,6)</b>

### SKAPITALIZOWANE KOSZTY PRAC ROZWOJOWYCH

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

w mln PLN (badane)	Rok obrotowy 2021	Rok obrotowy 2020	Q4 2021	Q4 2020
Koszty pracownicze – Skapitalizowane koszty prac rozwojowych	(154,2)	(118,7)	(40,6)	(34,4)
Koszty usług IT – Skapitalizowane koszty prac rozwojowych	(0,8)	—	(0,8)	—
Pozostałe koszty – Skapitalizowane koszty prac rozwojowych	(69,8)	(30,6)	(21,2)	(8,8)
<b>Skapitalizowane koszty prac rozwojowych</b>	<b>(224,8)</b>	<b>(149,3)</b>	<b>(62,7)</b>	<b>(43,2)</b>

### ZADŁUŻENIE NETTO I DŹWIGNIA FINANSOWA

Skorygowana EBITDA za ostatnie 12 miesięcy oraz pozostałe pozycje wpływające na „Zadłużenie netto” i „Dźwignię finansową” są łatwe do zaobserwowania w skonsolidowanym sprawozdaniu z całkowitych dochodów oraz w skonsolidowanym sprawozdaniu z sytuacji finansowej jako część aktywów obrotowych oraz zobowiązań krótkoterminowych i długoterminowych.

w mln PLN (badane)	31.12.2021	31.12.2020
<b>Skorygowana EBITDA za ostatnie 12 mies.</b>	<b>2 068,5</b>	<b>1 750,0</b>
<b>(+) Kredyty i pożyczki wyceniane wg zamortyzowanego kosztu</b>	<b>5 366,3</b>	<b>5 437,8</b>
Zobowiązania długoterminowe	5 363,0	5 437,22
Zobowiązania krótkoterminowe	3,3	0,6
<b>(+) Zobowiązania z tytułu leasingu</b>	<b>251,1</b>	<b>73,3</b>
Zobowiązania długoterminowe	206,1	45,4
Zobowiązania krótkoterminowe	45,1	27,9
<b>(-) Środki pieniężne i ich ekwiwalenty</b>	<b>(1 957,2)</b>	<b>(1 185,1)</b>
<b>= Zadłużenie netto</b>	<b>3 660,2</b>	<b>4 326,0</b>
<b>Dźwignia finansowa (Zadłużenie netto/ Skorygowana EBITDA za ostatnie 12 mies.)</b>	<b>1 77 x</b>	<b>2 47 x</b>

### ZMIANY STANU KAPITAŁU OBROTOWEGO

Kwota każdej pozycji wpływającej na stan kapitału obrotowego za okres dwunastu miesięcy zakończony odpowiednio 31 grudnia 2021 r. i 2020 r. została zaprezentowana w odrębnych pozycjach skonsolidowanego sprawozdania z przepływów pieniężnych. Dane kwartalne nie są jednak ujawniane, ponieważ nie ma takiego obowiązku.

### SKORYGOWANA EBITDA/PRZYCHODY (%)

Oznacza Skorygowaną EBITDA podzieloną przez przychody. Patrz obliczenia za okresy trzech i dziewięciu miesięcy zakończone 31 grudnia 2021 r. i 2020 r. poniżej.

w mln PLN (badane)	Rok obrotowy 2021	Rok obrotowy 2020	Q4 2021	Q4 2020
Skorygowana EBITDA	2 068,5	1 750,0	501,2	533,5
Przychody	5 352,9	3 997,8	1 600,7	1 299,0
<b>Skorygowana EBITDA/przychody (%)</b>	<b>38,64%</b>	<b>43,78%</b>	<b>31,31%</b>	<b>41,07%</b>

### SKORYGOWANA EBITDA/GMV (%)

Oznacza Skorygowaną EBITDA podzieloną przez GMV. Patrz obliczenia za okresy trzech i dziewięciu miesięcy zakończone 31 grudnia 2021 r. i 2020 r. poniżej.

w mln PLN (audited)	Rok obrotowy 2021	Rok obrotowy 2020	Q4 2021	Q4 2020
Skorygowana EBITDA	2 068,5	1 750,0	501,2	533,5
GMV	42 601,7	35 110,9	12 668,5	10 851,2
<b>Skorygowana EBITDA/GMV (%)</b>	<b>4,86%</b>	<b>4,98%</b>	<b>3,96%</b>	<b>4,92%</b>





allegro

### III. Raport niefinansowy

Raport na temat informacji niefinansowych Allegro.eu za rok 2021 został sporządzony zgodnie z wymogami prawa unijnego (Dyrektywa 2014/95/UE, Dyrektywa (UE) 2020/852), na podstawie Wytycznych dotyczących raportowania niefinansowego (2017/C 215/01), jak również Suplementu dotyczącego zgłaszania informacji związanych z klimatem (2019/C 209/01). W raporcie uwzględniono Allegro.pl, Ceneo.pl, eBilet.pl, Allegro Finanse, Allegro Pay, Opennet, X-press Couriers, Skynet Custom Brokers oraz Adinan Midco, a także Allegro.eu.

# 1. Model biznesowy, działalność operacyjna i ład korporacyjny

## 1.1. Model biznesowy

### ZAKRES DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ

Allegro jest platformą pierwszego wyboru dla polskich konsumentów, osiągającą wysoki wzrost przychodów, rentowność i przepływy pieniężne przy dużej skali działalności. Grupa jest operatorem największej internetowej platformy handlowej w Polsce, Allegro.pl, oraz porównywarki cenowej w Polsce – Ceneo.pl (źródło: OC&C). W listopadzie 2021 roku Allegro ogłosiło, że zobowiązało się do nabycia Mall Group a.s., wiodącej platformy e-commerce w Europie Środkowo-Wschodniej oraz WE|DO, eksperta w dziedzinie transportu na ostatnim etapie dostawy do odbiorcy (ang. „last mile delivery”), oferując doświadczenie w zakresie logistyki. Transakcja, po jej sfinalizowaniu, uczyni z powiększonej Grupy wiodącą platformę e-commerce w regionie, skupiającą w jednym miejscu szereg popularnych marek – w tym Allegro, Allegro Pay, Ceneo, eBilet, One, a także Mall, mimovrste, czc.cz, WE|DO.

Allegro.pl jest najbardziej rozpoznawalną marką e-commerce w Polsce (źródło: Gemius). Na dzień 31 grudnia 2021 roku z platformy e-commerce Grupy skorzystało około 13,5 mln Aktywnych Kupujących, którzy mieli dostęp do ofert ponad 133 tys. sprzedawców. Allegro.pl przyciąga średnio 21,6 mln internautów miesięcznie, co odpowiada 68% mieszkańców Polski w wieku minimum 16 lat oraz 74% wszystkich użytkowników Internetu w Polsce. W grudniu 2021 roku Allegro.pl zajęło 104

miejsce w globalnym rankingu najpopularniejszych stron internetowych SimilarWeb. Za pośrednictwem należącej do Grupy platformy e-commerce sprzedawcy oferują towary w wielu kategoriach takich jak: motoryzacja, dom i ogród, książki, multimedia, kolekcje i sztuka, moda i obuwie, elektronika, produkty dla dzieci, zdrowie i uroda, sport i turystyka oraz supermarket. Sprzedawcy przede wszystkim oferują kupującym nowe produkty na rynku e-commerce Grupy w modelu biznesowym business-to-consumer („B2C”), natomiast transakcje między konsumentami („C2C”) oraz serwisy ogłoszeniowe stanowią stosunkowo niewielki, ale istotny element działalności operacyjnej, ponieważ przyczyniają się do zwiększenia zaangażowania użytkowników. Platforma e-commerce Grupy generuje przychody głównie poprzez pośrednictwo w transakcjach 3P pomiędzy kupującymi a sprzedawcami oraz pobieranie od sprzedawców prowizji i innych opłat z tym związanych. Grupa świadczy szereg usług wspierających sprzedawców w rozwoju ich sprzedaży za pośrednictwem platformy, m.in. oferuje narzędzia do monitorowania wyników sprzedaży i zarządzania konkurencyjnością oferty, integrację z wieloma dostawcami usług płatniczych, standaryzowane rozwiązania w zakresie dostaw we współpracy z krajowymi dostawcami, a także programy bezpłatnych dostaw, zachęty do sprzedaży mające na celu promowanie jak najlepszych wyników, wsparcie

kampanii marketingowych oraz rozwiązania w zakresie finansowania sprzedawców. Ponadto Grupa uzyskuje przychody z tytułu usług reklamowych poprzez oferowanie markom i sprzedawcom różnych możliwości zamieszczania reklam na platformie. 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 0,9% wartości towarów brutto („GMV”) Grupy za rok zakończony 31 grudnia 2021 r. Celem tej działalności jest przede wszystkim rozwiązanie problemu mało konkurencyjnych punktów cenowych i istotnych braków w ofercie dostępnej w modelu 3P. Grupa utworzyła własną, autorską spółkę zależną FinTech consumer finance, Allego Pay, która ściśle współpracuje z rynkiem w celu udzielania pożyczek konsumenckich aktywnym kupującym, aby ułatwić im zakupy na rynku Allegro, zapewniając dalsze wsparcie dla zaangażowania użytkowników.

Ceneo.pl jest polską porównywarką cen dla różnych kategorii produktów. Jest to rozpoznawalna marka, która przyciągała w 2021 roku średnio 14 mln użytkowników miesięcznie (źródło: Similarweb). Według stanu na grudzień 2021 r. w serwisie Ceneo.pl zarejestrowanych było około 23 tys. sklepów detalicznych online, a konsumenci korzystający z usługi porównywania cen mieli dostęp do informacji dotyczących 33 mln ofert produktów.

Grupa prowadzi również serwis eBilet – serwis sprzedaży biletów na imprezy w Polsce, pośredniczący w sprzedaży biletów na wydarzenia rozrywkowe, kulturalne, rodzinne i sportowe. Po tym, jak trzy kwartały 2020 r. i pierwsza połowa 2021 r. zostały poważnie zakłócone przez związane z COVID-19 ograniczenia w organizacji imprez publicznych, eBilet zaczął odbudowywać sprzedaż w drugiej połowie 2021 r. i sprzedał łącznie 1,3 mln biletów w całym 2021 r. (wobec 0,7 mln biletów w 2020 r.), co oznacza wzrost o 80,7% r/r i powrót do 57,2% poziomu sprzed COVID-19, czyli 2,3 mln biletów sprzedanych w 2019 r.

Grupa obejmuje również szereg innych podmiotów, w tym: Allegro Pay – dostawcę rozwiązań finansowych i pożyczkowych dla konsumentów, Opennet.pl – dostawcę rozwiązań technologicznych dla logistyki, obejmujących automaty paczkowe, X-press Couriers – firmę kurierską oferującą dostawy tego samego dnia oraz

SkyNet Customes Brokers – agencję pośrednictwa celnego. Grupa uzyskuje również przychody z przetwarzania danych, hostingu i działalności powiązanej, pozostałej działalności związanej z technologiami informatycznymi i usługami komputerowymi, działalności związanej z zarządzaniem infrastrukturą komputerową, działalności związanej z oprogramowaniem oraz działalności związanej z doradztwem w zakresie informatyki.

### GŁÓWNE CECHY PLATFORMY BIZNESOWEJ I STRATEGII ROZWOJU GRUPY

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

Platforma Allegro tworzy niezwykle silne efekty sieciowe, które przynoszą korzyści zarówno stronie popytowej, czyli kupującym, jak i stronie podażowej, 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 ulepszeniu i aktywnym stymulowaniu fundamentów sprzedaży detalicznej, czyli szerokiego asortymentu produktów, konkurencyjności cenowej oraz jak najlepszych wrażeń związanych z zakupami i dostawą. Efekt ten przyspiesza dzięki innowacjom wprowadzającym na platformie, które ułatwiają zakupy online i zwiększają konwersję sprzedaży, takim jak wykorzystanie rekomendacji i personalizacji opartych na technologii uczenia maszynowego, rozwój mobilnych punktów wejścia na platformę, wykorzystanie przeprowadzanych na masową skalę testów preferencji użytkownika produktów przez konsumentów, zwiększanie szybkości dostaw produktów i dostęp do innowacyj-

[4] raport „E-commerce w Polsce 2021” przygotowany przez Gemius

[5] Gemius Mediapanel

nich udogodnień w zakresie dostaw, rozwój narzędzi marketingowych dostępnych na platformie i poza nią, dodawanie nowych, wygodnych opcji płatności oraz oferowanie produktów finansowania konsumenckiego.

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 13,5 mln osób (stan na 31 grudnia 2021 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 osiąganie jak najlepszych wyników oraz finansowanie sprzedawców. Baza sprzedawców Grupy obejmuje duże marki, takie jak P&G, Reckitt Benckiser czy Duka, detalistów, takich jak MediaMarkt, Decathlon i Carrefour, a 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 czterech lat Grupa znacząco profesjonalizowała swoje podejście do sprzedawców, tworząc dedykowany zespół obsługi klienta złożony ze specjalistów ds. kategorii produktów dla największych sprzedawców oraz koncentrując się na usprawnieniu i automatyzacji kluczowych procesów związanych z obsługą sprzedawców. Dzięki tym inwestycjom i inicjatywom udało się zwiększyć bazę aktywnych ofert na platformie handlowej do ponad 250 milionów ofert, przy czym Grupa dąży do osiągnięcia ponad 400 milionów ofert w perspektywie średnioterminowej ze względu na dalsze poszerzenie asortymentu i internacjonalizację działalności Grupy, co prowadzi do zwiększenia liczby sprzedawców międzynarodowych, których przyciąga możliwość sprzedaży na wielu rynkach.

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

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

Celem programu lojalnościowego SMART! uruchomionego w sierpniu 2018 r. jest dostarczenie rozwiązania oferującego doskonały stosunek jakości do ceny. Jest to program abonamentowy za 49 PLN rocznie (lub 10,99 PLN miesięcznie), którego podstawą jest darmowa dostawa i darmowe zwroty i który jest wzbogacony o dodatkowe korzyści dla klienta, m. in. takie jak codzienne promocje SMART!, dedykowane wydarzenia zakupowe SMART! Week, ekskluzywne przedsprzedaże na najważniejsze wydarzenia rozrywkowe we współpracy z serwisem eBilet, dostęp do ekskluzywnych premier produktowych i inne korzyści. Program SMART! z powodzeniem wyeliminował historyczną przeszkodę dla rozwoju sektora e-commerce, a mianowicie wpływ kosztów dostawy na konkurencyjność cenową towarów zakupionych w Internecie w porównaniu z produktami zakupionymi stacjonarnie. Ponadto, ze względu na fakt, że program SMART! jest programem abonamentowym, w naturalny sposób jest on skierowany do bardziej zaangażowanej części bazy klientów Grupy, co w jeszcze większym stopniu wpływa na ich preferencje w zakresie dokonywania zakupów online i umacnia pozycję Grupy jako miejsca, do którego klienci ci zglądają w pierwszej kolejności.

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

W 2020 roku Allegro wprowadziło rozwiązanie służące przewidywaniu czasu dostawy, wskazujące dzień, w którym produkt zostanie dostarczony, a także rozszerzyło dostęp do rosnącej ogólnopolskiej sieci punktów odbioru/doręczeń poza domem oraz automatów paczkowych i opcji dostaw kurierskich realizowanych przez partnerów zajmujących się dostawami.

Pod względem sprawności i niezawodności dostaw Grupa wyróżnia się na tle innych rozwiązań oferowanych w Polsce, zarówno ze strony kupujących, jak i sprzedawców. W celu zarządzania siecią realizacji zamówień i dostaw 3P Grupa stworzyła „HUB”, czyli unikalne, oparte na uczeniu maszynowym, autorskie oprogramowanie, które umożliwia integrację platformy Allegro, szeregu dostawców usług logistycznych oraz ponad 133 tys. sprzedawców na wspólnej platformie e-commerce Grupy (stan na 31 grudnia 2021 r.). „HUB” umożliwia kupującym proste i intuicyjne śledzenie przewidywanego czasu dostawy oraz trasy przesyłki, natomiast dla Grupy, jej sprzedawców i kurierów platforma ta jest narzędziem do zarządzania kompleksową realizacją dostaw, komunikacją o statusie i rozliczeniach. Sprzedawcy mają możliwość korzystania z inteligentnej sieci logistycznej, która jest prosta w obsłudze i zapewnia szereg opcji dostawy, przy jednoczesnej możliwości korzystania z bardziej konkurencyjnych cen dostaw dzięki umowom ramowym Grupy z kluczowymi partnerami logistycznymi, w tym między innymi z InPost, DPD, UPS oraz Poczta Polską. Znacząca większość dostaw realizowana jest z wykorzystaniem kontraktów i narzędzi Grupy.

Sieć dostaw Grupy w modelu 3P okazała się odporna na zakłócenia w łańcuchu wartości sektora e-commerce 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 efektywności (KPI) i doskonale rozumie, w jaki sposób zarządzać tymi wskaźnikami, aby wzmacniać efekt koła zamachowego. Prezes, Dyrektor Generalny oraz pozostali członkowie kierownictwa posiadają bogate doświadczenie w czołowych firmach z branży e-commerce, technologicznej, konsultingowej i finansowej. Połączenie globalnego doświadczenia z lokalną wiedzą pozwoliło zespołowi na zbudowanie tego, czym Grupa jest dzisiaj – numerem jeden wśród serwisów e-commerce w Polsce, docenianym nie tylko przez kupujących i sprzedawców, ale także przez pracowników.

Zespół zarządzający Grupy stworzył kreatywne miejsce pracy dla swoich pracowników, promując zróżnicowaną, koleżeńską i przedsiębiorczą kulturę opartą na pracy zespołowej, zaangażowaniu, ciągłym rozwoju zawodowym i maksymalizacji wartości dla wszystkich interesariuszy. W wyniku ciągłego wprowadzania innowacji, testowania, sprawdzania, ulepszania i podnoszenia poprzeczki w rekrutacji Allegro stało się organizacją wymagającą, o wysokim poziomie dbałości, co w opinii Grupy owocuje wysokim poziomem zaangażowania pracowników i pozytywnym wynikiem badania przeprowadzonym w kwietniu 2021 r. około 89% pracowników Grupy stwierdziło, że poleciliby Allegro jako świetne miejsce pracy (-5 pkt proc. w porównaniu z badaniem z 2020 r.), a około 85% jest dumnych z pracy w Allegro (-4 pkt proc. w porównaniu z badaniem z 2020 r.). W 2021 roku wskaźnik zaangażowania Grupy osiągnął poziom 74%, co pokrywa się ze średnią 74% w branży nowych technologii dla firm zatrudniających ponad 1000 pracowników globalnie (spadek w stosunku do 2020 roku, w porównaniu do 78% wskaźnika zaangażowania Allegro i względem 73% średniej w branży nowych technologii w 2020 roku, Źródło: CAMP). Grupa ma dostęp do bogatego rynku uzdolnionych specjalistów technologicznych w Polsce i zrzesza największy w kraju zespół zajmujący się rozwojem technologii, liczący ponad 1000 inżynierów pracujących w pięciu centrach technologicznych na terenie całego kraju.



## LEPSZE WRAŻENIA 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;
- stworzeniu katalogu produktów w celu uproszczenia operacji back-end dla sprzedawców i zapewnienia podstawy do udoskonalenia wyszukiwania i alternatyw dla zakupów opartych na ofercie dla kupujących;
- rozwoju Grupy w zakresie wyszukiwania, odkrywania i konwersji sprzedaży, w tym wykorzystania wyszukiwania produktowego w oparciu o rozszerzający się katalog produktów Grupy;
- poprawie zaangażowania użytkowników mobilnej strony internetowej i aplikacji mobilnej Grupy;
- rozszerzaniu asortymentu produktów z naciskiem na wprowadzanie na platformę kolejnych sprzedawców z Polski i innych krajów;
- poprawie konkurencyjności cenowej poprzez zmniejszenie liczby produktów, w przypadku których platforma Allegro nie oferuje najniższej ceny w porównaniu z innymi miejscami sprzedaży online oraz sklepami tradycyjnymi; oraz
- wzbogacaniu programu SMART! i poprawie wrażeń kupujących w zakresie dostaw

## DALSZY ROZWÓJ PROGRAMU SMART! I USŁUG W ZAKRESIE DOSTAW.

Program lojalnościowy SMART! odniósł znaczący sukces dzięki stale rosnącej liczbie aktywnych nabywców, która w 2021 roku po raz pierwszy przekroczyła 5 milionów. 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 dostaw i parametrów doświadczenia, uzupełnienie SMART! o ofertę FinTech w zakresie consumer finance w ramach Allegro Pay oraz potencjalne dodanie usług wykraczających poza platformę w celu zwiększenia zaangażowania użytkowników programu SMART!. Dzięki tym inicjatywom Grupa zamierza zwiększyć penetrację programu SMART! do poziomu co najmniej 50% polskich gospodarstw domowych w perspektywie średnioterminowej.

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, przy czym Grupa zamierza w perspektywie średnioterminowej zwiększyć udział dostaw następnego dnia w całkowitej strukturze o co najmniej 20 p.p. Jednak w przypadku, gdy rozwiązania 3P oparte na oprogramowaniu i integracji nie zapewnią wystarczającej poprawy wrażeń kupujących w zakresie dostaw, lub gdy koszty jednostkowe dostaw można jeszcze bardziej obniżyć przy rozsądnych kosztach inwestycji, Grupa dokona również inwestycji kapitałowych w celu poprawy swoich możliwości. W 2021 r. osiągnięto ważne etapy dwóch głównych inicjatyw w zakresie inwestycji kapitałowych mających na celu poprawę doświadczeń w zakresie dostaw:

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. Pierwsza placówka Fulfillment Center Grupy zlokalizowana jest pod Warszawą i rozpoczęła działalność pilotażową w 2021 roku. Działa pod marką Allegro One Fulfillment, a pełną działalność komercyjną rozpocznie na początku 2022 roku. Grupa zamierza osiągnąć pełną zdolność produkcyjną tego obiektu w 2022 r., a w zależności od popytu na usługi realizacji zamówień i pozytywnego wpływu na kluczowe wskaźniki dostaw, kosztów i finansowe, Grupa podejmie decyzję o ewentualnej inwestycji w kolejną placówkę Fulfillment Center w odpowiednim czasie.

Inwestycje w rozwój własnej sieci automatów paczkowych. W celu zapewnienia Grupie możliwości dostarczania popularnych rozwiązań na ostatnim etapie dostawy do odbiorcy, które są w pełni zintegrowane z platformą rynkową i aplikacją Grupy, Grupa rozpoczęła tworzenie własnej sieci automatów paczkowych w 2021 r., kończąc rok z ponad 1 000 zainstalowanymi automatami paczkowymi i rozpoczynając dostawy komercyjne w listopadzie 2021 r. Nowa usługa jest oferowana pod marką Allegro One Box. Początkowo inwestycja ta umożliwi Grupie wykształcenie pełnego zakresu kompetencji niezbędnych do budowy i integracji takiej sieci oraz zarządzania nią. Ostateczna skala inwestycji i liczba automatów paczkowych, które mają zostać zbudowane, nie została jeszcze określona i będzie zależeć od wyników w zakresie poprawy doświadczeń i zwrotu z inwestycji uzyskanych dzięki inwestycjom początkowym. Grupa szacuje jednak,

że w najbliższych latach może osiągnąć oszczędności kosztów jednostkowych w wysokości 15-20% w stosunku do istniejących umów. Grupa spodziewa się, że do końca 2022 roku osiągnie poziom 3 000 zainstalowanych automatów paczkowych i przewiduje, że w perspektywie średnioterminowej może nadal instalować od 2 000 do 3 000 automatów paczkowych rocznie. Przyszłe inwestycje będą ukierunkowane na zapewnienie wygody dla klientów przy jak najniższych kosztach, przy czym Grupa nie będzie się ograniczać wyłącznie do własnej sieci, ale może również wykorzystywać sieci automatów paczkowych innych firm.

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

W ramach przejęcia XPC dokonano równoległe zakupu siostrzanej spółki Skynet Customs Brokers Sp. z o.o. („SCB”), agencji pośrednictwa celnego. Allegro zamierza wykorzystać kompetencje SCB w zakresie obsługi celnej, aby wzbogacić i ulepszyć ofertę Grupy dla Sprzedawców międzynarodowych, np. poprzez prowadzenie składu celnego i pośrednictwo celne dla sprzedawców spoza UE w ramach Allegro Fulfillment.

## USŁUGI REKLAMOWE

Grupa ma dość duży zasięg dzięki wysokiemu poziomowi zaangażowania użytkowników i liczbie wejść na platformę handlową. Przyczyniło się to do silnego wzrostu przychodów Grupy z działalności reklamowej. Grupa jest przekonana, że istnieje znaczny potencjał zwiększenia przychodów z usług reklamowych poprzez dalszą monetizację 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, jest dobrze przygotowana do zdobycia dużego udziału w reklamie cyfrowej dzięki skalowalnym,

zautomatyzowanym i opartym na sztucznej inteligencji rozwiązaniom reklamowym wykorzystującym ruch, dane i katalog produktów Grupy. Do najważniejszych inicjatyw Grupy w zakresie Allegro Ads należą oferty sponsorowane (w celu zwiększenia penetracji usługi wśród sprzedawców na platformie e-commerce Grupy); wewnętrzne reklamy cyfrowe (w celu zwiększenia GMV na platformie); kampanie oparte na danych lub „DMP” (rozwój narzędzia opartego na danych umożliwiającego prowadzenie precyzyjnie ukierunkowanych kampanii CPM); reklamy zewnętrzne w sieci (dalsza skalowalność integracji Grupy z Google i Facebook Ads w celu zwiększenia ruchu na platformie e-commerce Grupy) oraz inne rozwiązania oparte na treści (w celu samodzielnego tworzenia treści związanych z konkretną marką). Serwisy ogłoszeniowe w większości odsprzedają treści, które powstają przy minimalnych kosztach w procesie dostarczania odwiedzającym konsumentom ofert spełniających ich kryteria wyszukiwania. Możliwośći zarabiania na tych treściach rosną zatem wraz ze wzrostem rynku, a koszty przyrostowe są minimalne, dzięki czemu reklamy generują strumienie przychodów o bardzo wysokiej marży, które mogą być ponownie zainwestowane w dalszy rozwój rynku.

#### PORÓWNYWARKI CEN

Ceneo jest czołową porównywarką cen w Polsce i jedną z najbardziej popularnych porównywarek w Europie pod względem liczby odwiedzin strony, która odnotowała 8,9% wzrost przychodów w 2021 r. w stosunku do roku 2020. 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. Ceneo umożliwia konsumentom porównywanie cen produktów, których zakupem są zainteresowani. Sprzedawcy płacą za kliknięcia prowadzące z listy Ceneo do ich własnych sklepów internetowych, albo w oparciu o standardowe cenniki, albo poprzez licytowanie pozycji w promowanych miejscach na liście. Ponadto Ceneo świadczy usługi kasowe niektórym swoim partnerom handlowym, pobierając wyższe prowizje za przetwarzanie transakcji detalicznej z konsumentem końcowym w ich imieniu. Ze względu na fakt, że treści są dostarczane za darmo przez sprzedawców umieszczających swoje produkty na platformie porównywania cen, usługi porównywania cen Ceneo przynosiły Grupie w przeszłości wysokie marże. Marże te i dynamika wzrostu stopniowo spadają, gdyż w ciągu ostatnich dwóch lat znacząco wzrósł

koszt pozyskania ruchu z wyszukiwarki e-commerce dla platformy. Zespół zarządzający Ceneo zareagował na te wyzwania, koncentrując się na inwestycjach mających na celu zwiększenie monetyzacji na wizytę poprzez rozwój usług kasowych Ceneo i optymalizację strategii pozyskiwania ruchu, skupiając się na rozszerzaniu liczby partnerów handlowych i skalowaniu katalogu produktów. Ponadto, efektywność jest zwiększana poprzez inwestycje w narzędzia samoobsługowe i automatyzację procesów.

#### ROSNĄCE AMBICJE W OBSZARZE FINTECH DZIĘKI URUCHOMIENIU USŁUG CONSUMER FINANCE W RAMACH ALLEGRO PAY

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

W 2021 roku Grupa kontynuowała rozwój Allegro Pay, własnej oferty z obszaru fintech. Oferta Allegro Pay pozwala na odroczenie płatności (tzw. „Kup Teraz, Zapłać Później”, z ang. Buy Now Pay Later – „BNPL”) lub rozłożenie pożyczki na dogodnie 3, 5, 10 lub 20 miesięcznych rat, dając większą elastyczność finansową Aktywnym Kupującym oraz zapewniając bezpieczniejsze i łatwiejsze zakupy w sieci. Usługa Allegro Pay jest prosta w obsłudze dla kupujących (rejestracja zajmuje niecałą minutę, płatność dokonywana jest jednym kliknięciem, a zakup trwa niecałe 15 sekund), co przekłada się na wzrost konwersji i podejmowanie decyzji kredytowych na podstawie danych. Reakcja kupujących na Allegro Pay jest bardzo pozytywna, z wiodącym w sektorze wynikiem NPS na poziomie 92,8 w IV kwartale 2021.

W 2021 roku Allegro Pay osiągnęło ważne kamienie milowe rozwoju i zrealizowało wszystkie kluczowe cele wyznaczone na rok 2021. We wrześniu 2021 roku Allegro Pay rozszerzyło swoją dostępność dla wszystkich klientów chcących wnioskować o limit zakupu do 4 200 PLN,

wykorzystując w tym celu dostęp do PSD2 i poszerzając możliwości sprawdzania zdolności kredytowej nawet o nowych Aktywnych Kupujących Allegro bez historii zakupowej. Pełna kwalifikowalność klientów przyczyniła się do dalszego przyspieszenia wzrostu Allegro Pay.

W dniu 11 października 2021 roku Allegro Pay sp. z o.o. podpisała z AION Bank Umowę Sprzedaży Wierzytelności, której przedmiotem jest nabycie przez AION wierzytelności z tytułu kredytów konsumenckich pochodzących z Allegro Pay. Sprzedawane w ramach umowy z AION kredyty ratalne są wyłączone z bilansu Grupy. To dedykowane finansowanie zewnętrzne na kontynuację szybkiego udzielania kredytów oraz wieloletnie skalowanie Allegro Pay znacząco zmniejszy zużycie kapitału obrotowego netto na kredyty ratalne w przyszłości, podczas gdy szybko rotujące pożyczki BNPL pozostaną w bilansie Allegro. Wykorzystanie finansowania pozabilansowego znacząco zwiększa wskaźnik ROIC (Zwrot z zainwestowanego kapitału) z Allegro Pay i ma umożliwić szybszy rozwój oferty Grupy w zakresie fintech.

Dynamiczne przyspieszenie wzrostu w Allegro Pay znalazło odzwierciedlenie we wzroście prognozy na 2021 rok w zakresie udzielonych pożyczek. Po wynikach za III kw. 2021 r., Grupa podniosła wstępne cele roczne na 2021 r. dla Allegro Pay do ponad 1 500 mln PLN udzielonych pożyczek (wzrost z pierwotnego celu wynoszącego ponad 1 000 mln PLN). Z saldem pożyczek brutto na koniec roku w wysokości 365,1 mln PLN (po odliczeniu 180,3 mln PLN wierzytelności sprzedanych do AION w IV kwartale 2021 r.) oraz łączną kwotą 1 993,1 mln PLN skumulowanych pożyczek udzielonych w całym 2021 r., Allegro Pay przekroczyło cel roczny o 493 mln PLN udzielonych pożyczek.

W 2022 r. Allegro Pay będzie dalej rozwijane i udoskonalane, a w przyszłości ma stać się wiodącym produktem finansowym na platformie handlowej pod względem wartości udzielonych pożyczek. Allegro Pay liczy, że w 2022 r. udzieli pożyczek na kwotę 4 000 mln PLN. Grupa zamierza sfinansować portfel pożyczek BNPL, przy czym do końca 2022 r. wartość pożyczek wykazywanych w bilansie wzrośnie do ok. 700 mln PLN, i sprzedawca swoje nowe pożyczki ratalne do banku AION zgodnie z dotychczasowymi ustaleniami. W perspektywie średnioterminowej Grupa dąży do tego, aby pożyczki z Allegro stanowiły około 20% rocznego GMV platformy handlowej, optymalizując przy tym dodatni wpływ na GMV i całkowitą stopę zwrotu w stosunku do portfela pożyczek wykazywanych w bilansie na poziomie 30% rocznie.

Oprócz Allegro Pay, Grupa ma jasno określony plan rozwoju przyszłych produktów, który w najbliższym czasie będzie koncentrował się na produktach konsumenckich, a z czasem może zostać rozszerzony o finansowanie sprzedawców, płatności i rozwiązania finansowe B2B, a także ofertę ubezpieczeniową.

#### ROZWÓJ POLSKIEJ PLATFORMY

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 oportunistyczne 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.

#### EKSPANSJA GEOGRAFICZNA

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 umożliwia podział całej platformy na logiczne komponenty odzwierciedlające procesy biznesowe. Projekt taki zapewnia możliwe najniższy poziom zależności pomiędzy domenami, co pozwala na szybki rozwój procesów biznesowych.

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

Platformy Grupy były historycznie zoptymalizowane do obsługi użytkowników w Polsce, z treściami przygotowanymi w języku polskim, jednak zespół technologiczny stopniowo rozwija i wprowadza architekturę oraz treści ułatwiające internacjonalizację platformy Allegro. Pierwszym krokiem było umożliwienie akceptacji sprzedawców i administracji w języku angielskim i chińskim, aby zachęcić międzynarodowych sprzedawców do sprzedaży transgranicznej w Polsce. W 2021 roku opracowany został anglojęzyczny front-end, który po uruchomieniu umożliwi anglojęzycznym kupującym z całej Unii Europejskiej wygodne zakupy na Allegro.pl. Architektura platformy angielskojęzycznej może być stosunkowo szybko powielona w celu dodania kolejnych instancji platformy w innych językach, dzięki czemu ekspansja na inne rynki jest możliwa przy stosunkowo niskich przyrostowych kosztach rozwoju technologii.

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 reklamę graficzną, marketing w wyszukiwarkach, media społecznościowe i kampanie marketingu bezpośredniego.

## 1.2. Struktura Grupy

Na dzień 31 grudnia 2021 roku w skład Grupy wchodziło Allegro.eu, a także pośrednicząca spółka holdingowa Adinan Midco z siedzibą w Luksemburgu oraz spółki prowadzące działalność operacyjną na terenie Polski – Allegro.pl, Allegro Pay, Allegro Finance, Ceneo.pl, eBilet Polska, OpenNet.pl, X-press Couriers oraz „SkyNet Customs Brokers”. 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. Z dniem 30 września 2021 roku do Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego Grupy włączono jednostkę Employee Benefit Trust (więcej informacji przedstawiono w Nocie 28.4).

Poniższy schemat przedstawia strukturę Grupy na dzień 31 grudnia 2021 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.



[1] Okres objęty konsolidacją 01.09.2021 – 31.12.2021

## 1.3. Kierownictwo

Allegro.eu, jako spółka założona i działająca zgodnie z prawem luksemburskim, ma jednopoziomowy (unitarny) system zarządzania, w którym Rada Dyrektorów składa się zarówno z Dyrektorów wykonawczych (zajmujących się bieżącym zarządzaniem), jak i Dyrektorów niewykonawczych (nadzorujących) – w przeciwieństwie do większości polskich spółek, w których istnieje zarówno zarząd, jak i rada nadzorcza. W 2021 roku Rada liczyła ośmiu członków, z czego dwóch uznano za niezależnych.

Rada Dyrektorów posiada szerokie uprawnienia do zarządzania działalnością Spółki oraz do upoważniania i/lub wykonywania wszelkich czynności administracyjnych niezbędnych lub przydatnych do realizacji celu korporacyjnego Spółki opisanego w Umowie Spółki, z wyjątkiem spraw wyraźnie zastrzeżonych przez przepisy prawa lub Umowę Spółki dla Walnego Zgromadzenia. Rada Dyrektorów ma szereg obowiązków, do których należy zatwierdzanie rocznego budżetu Grupy, nadzorowanie istotnych transakcji nabycia i zbycia aktywów oraz zarządzanie sprawozdaniami finansowymi Grupy.

Posiedzenia Rady odbywają się w miarę potrzeb wynikających z działalności Spółki, nie rzadziej jednak niż raz na kwartał. Obrady są ważne tylko wtedy, gdy większość dyrektorów jest obecna lub reprezentowana. Uchwały Rady podejmowane są zwykłą większością głosów dyrektorów posiadających prawo głosu, obecnych lub reprezentowanych, bez uwzględnienia głosów wstrzymujących się. W 2021 roku odbyło się 11 posiedzeń Rady.

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

Imię i nazwisko	Wiek	Rok powołania na bieżącą kadencję do Rady Dyrektorów	Rok, w którym wygasa kadencja	Data rezygnacji	Reprezentuje
Darren Huston	57	2020	2026	—	Niewykonawczy Przewodniczący Rady Dyrektorów
François Nuyts	49	2020	2026	—	Dyrektor Wykonawczy
Jonathan Eastick	55	2020	2026	—	Dyrektor Wykonawczy
David Barker	54	2020	2026	—	Cinven
Richard Sanders	50	2020	2026	—	Permira
Paweł Padusiński	45	2020	2026	—	Mid Europa Partners
Nancy Cruickshank	51	2020	2026	—	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy
Carla Smits-Nusteling	56	2020	2026	—	Niezależny Dyrektor Niewykonawczy

### 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 30-letnie doświadczenie w finansach i zarządzaniu, w tym ponad 16-letnie doświadczenie jako dyrektor finansowy w Netii, Polskiej Telefonii Cyfrowej i Lucent Technologies Poland.

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

### DAVID BARKER

David Barker kierował procesem zakupu Allegro przez Cinven, a od 2017 roku zasiadał w radach nadzorczych spółek operacyjnych Allegro.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 Permiry 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 MyShowcase, 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, ławnikiem Sądu ds. Przedsiębiorstw Sądu Apelacyjnego w Amsterdamie, a także Członkiem Zarządu Stichting Continuïteit Ahold Delhaize, fundacji prawa holenderskiego utworzonej w celu ochrony interesów Koninklijke Ahold Delhaize N.V. Wcześniej była Dyrektorem Niewykonawczym w ASML (2013-2021), dyrektorem finansowym i członkiem zarządu Royal KPN N.V. oraz zajmowała kilka stanowisk związanych z finansami i biznesem w Royal KPN N.V. i PostNL.

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

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

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

## OŚWIADCZENIE W SPRAWIE CELU DOTYCZĄCEGO NIEZALEŻNOŚCI RADY DYREKTORÓW

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

## Członkowie kadry kierowniczej wyższego szczebla

Oprócz kierownictwa wykonawczego w Radzie Dyrektorów Allegro.eu, za istotnych dla ustalenia, czy Grupa posiada odpowiednie kompetencje do zarządzania działalnością, uważa się następujących członków wyższej kadry kierowniczej, którzy pełnili swoje funkcje przez cały rok 2021 lub jego część.

### MARCIN ŁACHAJCZYK

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

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

### WOJCIECH BOGDAN

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

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

### DAMIAN ZAPŁATA

Damian Zapłata dołączył do Allegro jako Dyrektor Handlowy (CCO) w grudniu 2017 roku i był również członkiem Zarządu spółki operacyjnej Allegro.pl. Pan Zapłata zrezygnował z członkostwa w Zarządzie Allegro.pl oraz pełnienia funkcji CCO w dniu 12 sierpnia 2021 roku.

### PIOTR SZYBIAK

Piotr Szybiak dołączył do Allegro w 2001 r., a w 2015 r. został powołany na stanowisko CTO. Pan Szybiak pełnił również funkcję członka Zarządu spółki operacyjnej Allegro.pl. Pan Szybiak zrezygnował z członkostwa w Zarządzie Allegro.pl oraz pełnienia funkcji CTO w dniu 23 czerwca 2021 roku.

## 1.4. Komitety Rady Dyrektorów

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

### KOMITET AUDYTU

Do obowiązków Komitetu Audytu należy ocena: rzetelności informacji finansowych przekazywanych na zewnątrz; skuteczności systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem; oraz niezależności, obiektywności, wynagrodzenia i zakresu prac audytorów zewnętrznych i wewnętrznych Grupy. Obowiązki i zadania Komitetu obejmują w szczególności: (i) przegląd i zatwierdzenie rocznego planu audytu oraz określenie wytycznych dla planów audytu na okres kilku lat, (ii) omawianie sprawozdań z audytu z audytorami wewnętrznymi i zewnętrznymi, jak również z kierownictwem oraz monitorowanie ich wdrażania, (iii) ocena wyników pracy audytorów wewnętrznych i zewnętrznych, jak również ich wzajemnej współpracy, (iv) wsparcie Rady Spółki w zakresie nominacji zewnętrznych audytorów, którzy mają być przedstawieni zgromadzeniu akcjonariuszy w celu dokonania wyboru, w szczególności w odniesieniu do niezależności audytorów od Grupy, ich kwalifikacji oraz udziału wynagrodzenia za usługi niezwiązane z badaniem sprawozdań finansowych w ich całkowitym wynagrodzeniu (v) przeprowadzenie kontroli niezależności działu audytu wewnętrznego od Grupy i jednostek podlegających audytowi, a także zatwierdzanie wytycznych dotyczących pracy działu audytu wewnętrznego, (vi) ocena skonsolidowanego sprawozdania finansowego, ustawowego sprawozdania finansowego i sprawozdania z działalności Spółki oraz decyzja, czy mogą być one zarekomendowane Radzie Spółki do przedłożenia zgromadzeniu akcjonariuszy, (vii) okresowa ocena systemu kontroli wewnętrznej oraz (viii) okresowy przegląd adekwatności i bezpieczeństwa procedur Grupy dotyczących zgłaszania nieprawidłowości, wykrywania nadużyć i przeciwdziałania łapówkarstwu.

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

### PODSUMOWANIE DZIAŁALNOŚCI KOMITETU AUDYTU W 2021 R.

W 2021 roku Komitet Audytu odbył 7 posiedzeń, w dniach 1 marca, 11 maja, 29 czerwca, 3 sierpnia, 22 września, 5 listopada i 30 listopada. Główne obszary zainteresowania i tematy dyskusji Komitetu były następujące:

- omówienie i zatwierdzenie kwartalnych, półrocznych i rocznych pakietów sprawozdań dla inwestorów,
- dogłębne analizy w konkretnych obszarach: zarządzania ryzykiem, płynności i skarbu, podatków oraz szacunków i osądów przed zamknięciem roku obrotowego,
- sformalizowanie ram Kontroli Wewnętrznej Sprawozdawczości Finansowej (ICFR),
- raportowanie i monitorowanie środków zaradczych określonych na podstawie wcześniejszych audytów (ustanowienie ram + kwartalne aktualizacje),
- roczny plan audytów audytora zewnętrznego i audytu wewnętrznego,
- wyniki pracy audytorów zewnętrznych i wewnętrznych oraz (ponowne) powołanie audytora zewnętrznego dla Grupy i poszczególnych Istotnych Elementów, stosownie do sytuacji,
- roczna ocena Komitetu Audytu i roczne sprawozdanie Komitetu dla Rady.

### KOMITET WYNAGRODZEŃ I NOMINACJI

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

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

### PODSUMOWANIE DZIAŁALNOŚCI KOMITETU WYNAGRODZEŃ I NOMINACJI W 2021 R.

W 2021 roku Komitet Wynagrodzeń i Nominacji odbył łącznie 4 posiedzenia, w dniach 1 marca, 28 czerwca, 22 września i 30 listopada. Główne obszary zainteresowania i tematy dyskusji Komitetu były następujące:

- przegląd i zatwierdzenie puli premii rocznych na 2020 rok oraz rekomendacji dla Członków Zarządu i kluczowych menedżerów Allegro.pl i Ceneo.pl,
- przegląd i zatwierdzenie wynagrodzeń Dyrektorów Allegro.eu, Członków Zarządu Allegro.pl/Ceneo.pl oraz kluczowych menedżerów za rok 2021, a także puli nagród Programu Motywacyjnego Allegro na lata 2021-2023,
- przegląd i zatwierdzenie analizy porównawczej wynagrodzeń Członków Zarządu Allegro.pl i Ceneo.pl oraz Kluczowych Menedżerów,
- przegląd Polityki Płacowej na rok 2021 oraz proponowanych zmian do Polityki Płacowej na rok 2022,
- przegląd i zatwierdzenie zmian w AIP,
- przegląd wyników badania Zaangażowania Pracowników z 2021 r.,
- zatwierdzenie aktualizacji Polityki Różnorodności, Przegląd Planu Różnorodności i Integracji oraz jego wdrożenie.

## 1.5. Akcjonariusze Spółki

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

Imię i nazwisko	Liczba akcji	Udział % w kapitale zakładowym	Liczba głosów na Walnym Zgromadzeniu	% głosów na Walnym Zgromadzeniu
Cidinan S.à r.l.	286 778 572	28,03%	286 778 572	28,03%
Permira VI Investment Platform Limited	286 778 572	28,03%	286 778 572	28,03%
Mepinan S.à r.l.	63 728 574	6,23%	63 728 574	6,23%
Akcje w wolnym obrocie	385 970 096	37,72%	385 970 096	37,72%
<b>Razem:</b>	<b>1 023 255 814</b>	<b>100,00%</b>	<b>1 023 255 814</b>	<b>100,00%</b>

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

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

Zgodnie z Regulaminem GPW Spółka, jako spółka publiczna notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, powinna przestrzegać zasad ładu korporacyjnego określonych w Dobrych Praktykach Spółek Notowanych na GPW. Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW to zbiór rekomendacji i zasad postępowania odnoszących się do organów spółek giełdowych i ich akcjonariuszy. W marcu 2021 r. wprowadzona została nowa edycja Dobrych Praktyk GPW, obejmująca nowe obszary ładu korporacyjnego, m.in. klimat, zrównoważony rozwój, różnorodność w organach spółek, równość wynagrodzeń. Nowa edycja Dobrych Praktyk GPW weszła w życie 1 lipca 2021 r., co oznacza, że w pierwszej połowie 2021 r. obowiązywała poprzednia wersja, czyli Dobre Praktyki GPW 2016, a w drugiej połowie – nowa.

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

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

**1.5.** Co najmniej raz w roku spółka ujawnia wydatki ponoszone przez nią i jej grupę na wspieranie kultury, sportu, instytucji charytatywnych, mediów, organizacji społecznych, związków zawodowych itp. Jeżeli w roku objętym sprawozdaniem spółka lub jej grupa ponosiły wydatki na tego rodzaju cele, informacja zawiera zestawienie tych wydatków.

*Zasada nie jest stosowana.*

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

**2.1.** Spółka powinna posiadać politykę różnorodności wobec zarządu oraz rady nadzorczej, przyjętą odpowiednio przez radę nadzorczą lub walne zgromadzenie. Polityka różnorodności określa cele i kryteria różnorodności m.in. w takich obszarach jak płeć, kierunek wykształcenia, specjalistyczna wiedza, wiek oraz doświadczenie zawodowe, a także wskazuje termin i sposób monitorowania realizacji tych celów. W zakresie zróżnicowania pod względem płci warunkiem zapewnienia różnorodności organów spółki jest udział mniejszości w danym organie na poziomie nie niższym niż 30%.

*Zasada nie jest stosowana.*

**Komentarz Spółki:** Zasada ta jest stosowana tylko częściowo. Spółka wprowadziła Politykę Różnorodności, która dotyczy Rady Dyrektorów. Polityka różnorodności definiuje cele i kryteria wymagane przez tę zasadę. Jednakże na dzień sporządzenia niniejszego oświadczenia udział kobiet w Radzie Dyrektorów osiągnął 25 % (2 z 8 dyrektorów). Spółka spodziewa się, że w przyszłości osiągnie co najmniej poziom wskaźnika różnorodności w związku z realizacją swojej Polityki Różnorodności.

**2.2.** Osoby podejmujące decyzje w sprawie wyboru członków zarządu lub rady nadzorczej spółki powinny zapewnić wszechstronność tych organów poprzez wybór do ich składu osób zapewniających różnorodność, umożliwiając m.in. osiągnięcie docelowego wskaźnika minimalnego udziału mniejszości określonego na poziomie nie niższym niż 30%, zgodnie z celami określonymi w przyjętej polityce różnorodności, o której mowa w zasadzie 2.1.

*Zasada nie jest stosowana.*

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

**2.11.5.** Poza obowiązkami określonymi w przepisach prawa rada nadzorcza raz w roku przygotowuje i przedstawia roczne sprawozdanie na zwyczajnym walnym zgromadzeniu. Sprawozdanie takie uwzględnia co najmniej następujące elementy: ocenę racjonalności wydatków, o których mowa w zasadzie 1.5.

*Zasada nie jest stosowana.*

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

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

*Zasada nie jest stosowana.*

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

**4.3.** Spółki zapewniają publiczną transmisję z walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym.

*Zasada nie jest stosowana.*

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

Ponadto poniżej Spółka przedstawia praktyki, w przypadku których Grupa nie stosowała się do Dobrych Praktyk (wersja z 2016 roku), w okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2021 roku.

**I.R.2.** Jeżeli spółka prowadzi działalność sponsoringową, charytatywną lub inną o zbliżonym charakterze, zamieszcza w rocznym sprawozdaniu z działalności informacje 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 nie ma zastosowania.*

**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:** ShaAkcje 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 bieżącym roku obrotowym 2021 oraz w roku poprzednim, których ujawnienie jest wymagane zgodnie z MSR 24 „Ujawnianie informacji na temat podmiotów powiązanych”, zostały przedstawione w Nocie 35 (Transakcje z Podmiotami Powiązanymi) do Rocznego 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 urzędowej powierzchni biurowej. Grupa korzysta z tych usług od 1 października 2020 roku. Umowa została zawarta na okres dwunastu miesięcy i podlega przedłużeniu. Umowa może zostać wypowiedziana w dowolnym momencie pierwszego lub kolejnego okresu jej obowiązywania z zachowaniem trzymiesięcznego okresu wypowiedzenia.

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

### CULTURE AMP LTD

Allegro.pl korzysta z usług Culture Amp LTD, spółki portfelowej funduszy Permira.

### 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.

### MOŻLIWOŚCI INWESTYCYJNE

Grupa w przeszłości wykorzystywała pewne możliwości inwestycyjne dla Rady Spółki i kluczowych pracowników Grupy. Wszystkie takie możliwości inwestycyjne zostały rozliczone w momencie lub w okolicach IPO 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 Raportu, oraz o postępowaniach wtoku 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 Raportu, 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 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 krytykowanego 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 stwierdzeniu naruszenia, w następstwie której może zostać nałożona kara pieniężna. 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 nałożone kary, 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 którejs 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 proponuje 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 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 proponuje 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 propozycje 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 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 eBilet za rok obrotowy poprzedzający wydanie decyzji o naruszeniu za każde naruszenie. Jeżeli w toku postępowania wyjaśniającego eBilet proponuje 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 DOTYCZĄCE RECENZJI KONSUMENCKICH

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

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 postępowaniem wyjaśniającym, musi on wszcząć przeciwko Allegro.pl postępowanie dotyczące albo naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, albo klauzul abuzywnych (zakres postępowania wyjaśniającego nie wskazuje precyzyjnego zarzutu).

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. Jeżeli kara miałyby zostać nałożona, to zgodnie z ustawą o ochronie konkurencji i konsumentów mogłaby wynieść nawet 10% obrotu Allegro.pl w roku obrotowym poprzedzającym wydanie decyzji o naruszeniu, za każde naruszenie. Jeżeli w toku postępowania wyjaśniającego Allegro.pl proponuje podjęcie odpowiednich zobowiązań w celu usunięcia zarzucanego naruszenia (naruszeń) i/lub naprawienia jego skutków, sprawa może zakończyć się decyzją w sprawie podjęcia zobowiązań bez nakładania kary pieniężnej.

### NIEFORMALNE WNIOSKI O UDZIELENIE INFORMACJI KIEROWANE PRZEZ PREZESA UOKiK

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

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

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. Sąd Apelacyjny w wyroku z dnia 2 czerwca 2021 r. utrzymał w mocy pierwotną decyzję. Decyzja jest ostateczna. 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:

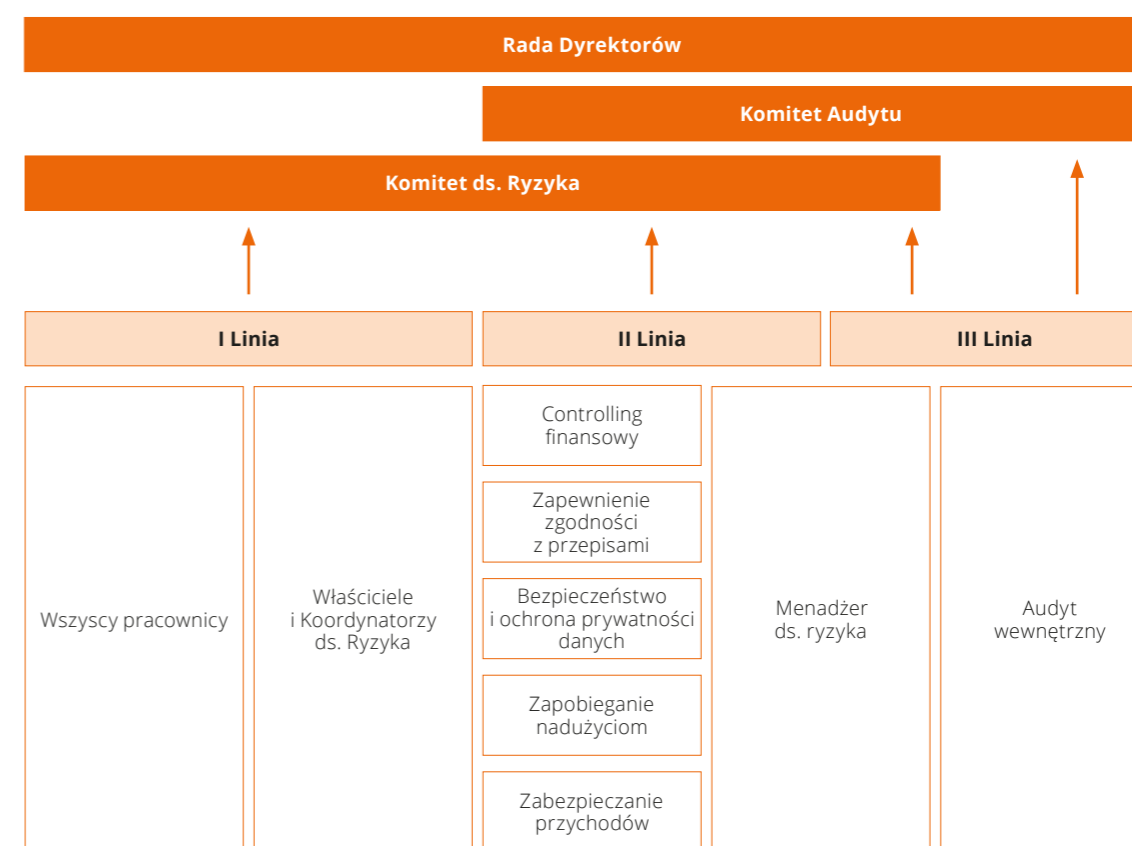
- minimalizowanie ryzyka mającego wpływ na osiągnięcie celów i realizację zadań;
- wykorzystywanie w pełni możliwości biznesowych oraz ograniczanie ryzyka utraty możliwości;
- poprawa efektywności procesów wewnętrznych poprzez opieranie się na istniejącym łańdźcu korporacyjnym i jego ciągłe ulepszanie;
- 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"> <li>Nadzór nad ryzykiem korporacyjnym,</li> <li>Określenie zakresu zarządzania ryzykiem,</li> <li>Określenie kierunków rozwoju systemu zarządzania ryzykiem, oraz</li> <li>Ustalenie poziomów apetytu na ryzyko.</li> </ul>
Komitet Audytu	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nadzór nad systemem kontroli wewnętrznej Grupy, w tym nad ramami zarządzania ryzykiem oraz pracą komórki Audytu wewnętrznego;</li> <li>Ocena skuteczności systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem;</li> <li>Wstępna ocena dokumentów dotyczących systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem;</li> <li>Ocena wyników kontroli wewnętrznych, w tym audytów wewnętrznych, oraz harmonogramów eliminacji błędów wykrytych w wybranych obszarach;</li> <li>Przeprowadzanie regularnych przeglądów raportów na temat ryzyka.</li> </ul>
Komitet ds. Ryzyka	<ul style="list-style-type: none"> <li>Definiowanie strategii zarządzania ryzykiem i przedstawianie ich do akceptacji Radzie Dyrektorów;</li> <li>Przegląd ryzyka operacyjnego i dostarczanie kierownictwu informacji na temat apetytu i tolerancji na ryzyko operacyjne.</li> <li>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.</li> <li>Przeprowadzenie analizy luk w celu stwierdzenia, czy jakiś rodzaj ryzyka nie został pominięty w procesie identyfikacji.</li> <li>Monitorowanie profilu ryzyka Grupy – jej bieżącego i potencjalnego narażenia na wszystkie rodzaje ryzyka.</li> <li>Przegląd i ocena prawdopodobieństwa zmaterializowania się skutków tych rodzajów ryzyka oraz wszystkich środków pozwalających ograniczać te rodzaje ryzyka</li> <li>Przegląd właścicieli ryzyka i zarządzania poszczególnymi rodzajami ryzyka w celu zapewnienia wspólnego zrozumienia ról i obowiązków.</li> <li>Zapewnienie rozwoju kultury i świadomości ryzyka w całej spółce.</li> <li>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.</li> </ul>
Menadżer ds. Ryzyka	<ul style="list-style-type: none"> <li>Prowadzenie rejestru rodzajów ryzyka dla Spółki, który powinien być aktualizowany co najmniej raz w roku lub częściej, zgodnie z zasadami zarządzania ryzykiem.</li> <li>Zapewnienie prawidłowego funkcjonowania procesu zarządzania ryzykiem w każdej jednostce organizacyjnej,</li> <li>Zapewnienie komunikacji w całym procesie zarządzania ryzykiem,</li> <li>Dostarczanie Kierownictwu aktualnych informacji na temat zarządzania ryzykiem,</li> <li>Tworzenie i ulepszanie dokumentacji systemu zarządzania ryzykiem,</li> <li>Określenie zakresu uprawnień do zarządzania ryzykiem i odpowiedzialności za zarządzanie ryzykiem w jednostkach,</li> <li>Opracowywanie, wdrażanie i koordynowanie strategii zarządzania ryzykiem we współpracy z Kierownictwem oraz weryfikacja planów ograniczania ryzyka.</li> <li>Wspieranie i edukowanie pracowników Grupy w zakresie budowania świadomości ryzyka oraz przestrzegania polityki i procedur zarządzania ryzykiem.</li> <li>Prowadzenie Rejestru Ryzyka Grupy.</li> </ul>
Właściciel Ryzyka	<ul style="list-style-type: none"> <li>Zarządzanie przypisanymi rodzajami ryzyka, w tym akceptacja okresowej oceny ryzyka w swoim obszarze,</li> <li>Akceptacja planów ograniczania ryzyka.</li> </ul>
Koordinator ds. Ryzyka	<ul style="list-style-type: none"> <li>Raportowanie ryzyka w ramach zarządzania ryzykiem, w tym okresowa ocena przypisanego ryzyka,</li> <li>Formułowanie i wdrażanie planów ograniczania ryzyka;</li> <li>Wdrażanie i utrzymywanie Kluczowych Wskaźników Ryzyka</li> </ul>
Pracownik	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wykonywanie regularnych czynności z zakresu kontroli wewnętrznej stanowiących integralną część procesów biznesowych;</li> <li>Dostarczanie wymaganych informacji dla celów oceny i monitorowania ryzyka;</li> <li>Aktywne uczestnictwo w procesie identyfikacji i oceny ryzyka.</li> </ul>

## PROCES ZARZĄDZANIA RYZYKIEM

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

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

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



## 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 wysoki (5)	5	10	15	20	25
	Wysoki (4)	4	8	12	16	20
	Średni (3)	3	6	9	12	15
	Niski (2)	2	4	6	8	10
	Niewielkie (1)	1	2	3	4	5 *
		Nieistotny (1)	Umiarkowany (2)	Istotny (3)	Wysoki (4)	Bardzo wysoki (5)
		Wpływ				

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

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

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

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

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

Ocena dokonywana jest na podstawie:

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

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

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

### POLITYKA ZARZĄDZANIA RYZYKIEM ODNOSZĄCA SIĘ DO OSTATNIO ZREALIZOWANYCH I PRZYSZŁYCH PRZEJĘĆ

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

W związku z powyższym, na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania przedstawiona powyżej ocena ryzyka wynikająca z zastosowania Polityki zarządzania ryzykiem w Grupie nie obejmuje jeszcze spółek X-Press Couriers Sp. z o.o., Skynet Custom Brokers Sp. z o.o. nabytej w październiku 2021 roku, eBilet Polska Sp. z o.o., Opennet.pl Sp. z o.o. Nie uwzględnia również zapowiadanych przyszłych przejęć, w szczególności przejęcia spółek Mall Group a.s. i WE|DO CZ s.r.o., którego zamknięcie spodziewane jest po uzyskaniu stosownych zgód organów regulacyjnych, w roku 2022.

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



## 2.2. Czynniki ryzyka

### RYZYKA ZWIĄZANE Z DZIAŁALNOŚCIĄ GRUPY I JEJ BRANŻĄ

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

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

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

Ponadto nowe i zaawansowane technologie, w tym usługi obliczeniowe dotyczące wyszukiwania, sieci i infrastruktury, treści cyfrowe i urządzenia elektroniczne stale wzmagają konkurencję, na jaką narażona jest Grupa. Internet ułatwia wejście na rynek konkurencji i dokonywanie zakupów z wykorzystaniem porównywarek, co zwiększa zdolność nowych, mniejszych lub mniej znanych podmiotów do konkurowania z Grupą. W wyniku wystąpienia któregośkolwiek z powyższych czynników, samodzielnie lub łącznie, Grupa może nie być w stanie skutecznie oferować swoich produktów i usług, może nie pozyskać lub utracić klientów, a także może być zmuszona do zwiększenia nakładów lub obniżenia marży, co z kolei może istotnie zmniejszyć zyski Grupy.

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

- reputacji i marki Grupy oraz skali jej działalności na rynku lokalnym w porównaniu z konkurentami Grupy;
- wielkości i struktury bazy nabywców Grupy oraz od tego, czy Grupa jest w stanie zwiększyć częstotliwość zakupów dokonywanych przez konsumentów;
- struktury bazy sprzedawców Grupy oraz późniejszego wpływu bazy sprzedawców na asortyment i ceny produktów oferowanych przez Grupę na jej stronach internetowych;
- tego, czy Grupa będzie w stanie zaoferować konsumentom i sprzedawcom wygodne, skuteczne i niezawodne rozwiązania w zakresie sprzedaży elektronicznej oraz tego, czy Grupa będzie w stanie dostosować się do zmieniających się preferencji konsumentów;
- tego, czy platforma Grupy jest postrzegana jako atrakcyjny kanał dystrybucji dla sprzedawców Grupy, w tym od konkurencyjności, w mniemaniu sprzedawców, obecnych lub przyszłych stawek prowizyjnych Grupy;
- tego, czy Grupa prowadzi skuteczne i efektywne kosztowo działania reklamowe i marketingowe w celu pozyskania nowych konsumentów i sprzedawców;

- odpowiednio szybkiego rozwoju nowych i istniejących technologii oraz zarządzania nimi;
- tego, czy działalność Grupy w zakresie dostaw do automatów paczkowych i realizacji zamówień, w tym dystrybucji, płatności i obsługi klienta, jest efektywna, niezawodna i zapewnia satysfakcjonującą jakość usług;
- ram prawnych dotyczących sektora e-commerce i powiązanych przepisów regulujących odpowiedzialność, obowiązki i nadzór nad Grupą; oraz
- tego, czy Grupa będzie w stanie zaoferować dogodne metody płatności wszystkim konsumentom i sprzedawcom.

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

### **FIRMA AMAZON INC. NIEDAWNO ZINTENSIFYKOWAŁA SWOJĄ DZIAŁALNOŚĆ, STANOWIĄCĄ BEZPOŚREDNIĄ KONKURENCJĘ DLA ALLEGRO W SEGMENTE E-COMMERCE W POLSCE, CO MOŻE DOPROWADZIĆ DO ISTOTNEJ ZMIANY NASZYCH PRZYSZŁYCH WYNIKÓW FINANSOWYCH W ZAKRESIE WZROSTU, MARŻ I PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH**

W dniu 1 marca 2021 r. firma Amazon Inc. („Amazon”) uruchomiła serwis Amazon.pl, po wcześniejszym zaproszeniu sprzedawców do zarejestrowania się na specjalnej platformie centralnej przeznaczonej dla sprzedawców. W styczniu 2021 r. firma Amazon poinformowała o podpisaniu pięcioletniej umowy z InPost na świadczenie usług dostawy do sieci automatów paczkowych InPost (zwanych również „paczkomatami”). 12 października 2021 roku serwis Amazon.pl uruchomił w Polsce program lojalnościowy Amazon Prime, którego cel jest podobny do celu programu SMART! realizowanego przez Grupę Program zwiększenia częstotliwości zakupów i wzmacniania lojalności wśród aktywnych kupujących. W wyniku tych zmian Grupa spodziewa się stopniowego nasilania się konkurencji ze strony Amazon Inc.

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 zyskali dzięki temu dostęp do ofert sprzedawców z Europy dostępnej za pośrednictwem Amazon.de. Mogli 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, umożliwiała 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 wprowadzenie przez Amazon dedykowanej strony internetowej Amazon.pl oraz program lojalnościowy Amazon Prime, połączony z usługą streamingową Amazon Prime Video, pozyskanie lokalnych sprzedających oraz dodatkowych partnerów w zakresie dostaw jako wyraźne sygnały wskazujące na zaostrzenie konkurencji w nadchodzących kwartałach 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 Amazon w pozyskiwanie klientów i zwiększanie sprzedaży, wraz z wybraną przez niego strukturą marketingową, będzie miał pośredni wpływ na wyniki osiągane przez Grupę. 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 2022 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.

### **FIRMA SHOPEE NIEDAWNO URUCHOMIŁA SWOJĄ DZIAŁALNOŚĆ, STANOWIĄCĄ BEZPOŚREDNIĄ KONKURENCJĘ DLA ALLEGRO W SEGMENTE E-COMMERCE W POLSCE, CO MOŻE DOPROWADZIĆ DO ISTOTNEJ ZMIANY NASZYCH PRZYSZŁYCH WYNIKÓW FINANSOWYCH W ZAKRESIE WZROSTU, MARŻ I PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH**

W dniu 20 września 2021 r. spółka SEA Limited („SEA”) weszła do polskiego segmentu e-commerce, uruchamiając swoją platformę handlową Shopee.pl. W osobnych komunikatach firma Shopee potwierdziła, że będzie współpracować z InPost w celu świadczenia usług dostawy do sieci paczkomatów InPost oraz z DPD i Poczta Polska w zakresie usług kurierskich w Polsce. Shopee wprowadziło swoją aplikację mobilną dedykowaną rynkowi e-commerce w Polsce, oferując darmowe dostawy bez minimalnej wartości zamówienia i dążąc do przyciągnięcia konsumentów poprzez kupony rabatowe o wartości 10-15 PLN na pierwsze zakupy. Grupa zdaje sobie również sprawę, że Shopee zaprasza lokalnych sprzedawców do dołączenia do swojej platformy, przy czym twierdzi się, że oferuje sprzedawcom brak prowizji i opłat abonamentowych przez pierwsze sześć miesięcy współpracy.

W wyniku tych zmian Grupa spodziewa się stopniowego nasilania się konkurencji ze strony Shopee.

Grupa jest przekonana, że dzięki realizowanej od kilku lat strategii rozwoju jest dobrze przygotowana do stawienia czoła nowej i zaostrzającej się konkurencji ze strony firmy Shopee. Oczekuje się, że stosunkowo długi czas realizacji zamówień na produkty pochodzące z Azji oraz przyzwyczajenie polskich konsumentów do doświadczeń użytkownika i jakości obsługi klienta zapewniających przez Allegro, będą stanowiły znaczącą ochronę przed zdobyciem przez Shopee znaczącego udziału w polskim segmencie e-commerce, tak jak to miało miejsce w przypadku innych międzynarodowych portali koncentrujących się na produktach sprowadzanych z Azji i obecnych już od kilku lat w polskim segmencie e-commerce. Wprowadzony przez Shopee model niskich cen, zarówno dla konsumentów, jak i sprzedawców, był wykorzystywany przy innych wejściach tego konkurenta na rynek, zwłaszcza w Ameryce Łacińskiej, przy czym Grupa zwraca uwagę, że taki sposób pozycjonowania cenowego nie był utrzymywany przez okres dłuższy niż cztery do sześciu kwartałów.

Przy opracowywaniu budżetów i określaniu oczekiwań co do wyników finansowych Grupy na rok 2022 i kolejne lata Grupa kierowała się własnym osądem, przyjmując racjonalne założenia dotyczące nasilenia konkurencji ze strony firmy Shopee i innych podmiotów oraz 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 Shopee może mieć istotnie bardziej niekorzystny niż obecnie zakładany wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

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

Grupa jest zdania, że marka Allegro, pod którą działa, w znacznym stopniu przyczynia się do rozwoju jej działalności. Grupa uważa, że silna świadomość marki Allegro w Polsce przyczynia się do zwiększenia nieodpłatnego ruchu na jej stronach internetowych i obniżenia kosztów marketingu, ponieważ zdecydowana większość ruchu na jej stronach internetowych w 2021 roku zostało wygenerowane przez konsumentów bezpośrednio wpisujących w wyszukiwarkę adres strony Allegro lub pochodzący z kanałów związanych z zarządzaniem relacjami z klientami, mediami społecznościowymi lub optymalizacją pod kątem wyszukiwarek, lub z innych źródeł darmowego ruchu. Dlatego zdaniem Grupy utrzymanie i wzmacnianie marki Allegro ma kluczowe znaczenie dla jej zdolności do poszerzania i utrzymywania bazy konsumentów, sprzedawców i marek.

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

Wydatki te obejmują znaczne nakłady na marketing tradycyjny, w szczególności na reklamę telewizyjną, oraz na marketing internetowy, taki jak płatny marketing w wyszukiwarkach internetowych lub programy partnerskie, w ramach których Grupa płaci podmiotom zewnętrznym za kierowanie użytkowników z ich stron internetowych na strony internetowe Grupy. Decyzje Grupy dotyczące inwestycji w pozyskiwanie użytkowników podejmowane są w oparciu o analizę wkładu w zysk generowanego przez konsumentów i sprzedaw-

ców, których Grupa pozyskała w poprzednich okresach. Nie można zagwarantować, że dokonywana przez Grupę ocena inwestycji w pozyskiwanie użytkowników i uzyskiwanych w związku z tym przychodów netto od takich konsumentów i sprzedawców, w tym ocena skuteczności nakładów marketingowych Grupy, będzie prawidłowa ani że działania marketingowe Grupy i inne działania promocyjne doprowadzą do osiągnięcia tego, co Grupa uzna za optymalne połączenie taktyk reklamowych po kosztach, które Grupa uzna za opłacalne z ekonomicznego punktu widzenia. Ponadto Grupa nie może zagwarantować, że niektóre metody reklamy, które obecnie stosuje, nie staną się mniej skuteczne lub że potencjalny wzrost konkurencji na rynku handlu detalicznego nie spowoduje zmniejszenia rentowności inwestycji marketingowych Grupy. Partnerzy internetowi Grupy mogą nie być w stanie zapewnić oczekiwanej liczby odwiedzin lub wyświetleń, a osoby odwiedzające strony internetowe Grupy w ramach takich kampanii mogą nie dokonywać zakupów zgodnie z oczekiwaniami. Ponadto zmiany w algorytmach wyszukiwarek 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 Euromonitor ze stycznia 2022 r. polski rynek handlu detalicznego będzie rósł w tempie 6,1% CAGR z szacowanych 668,6 mld PLN w 2021 r. do 897,9 mld PLN w 2026 r., a rynek handlu internetowego w Polsce, który nadal pozostaje niedostatecznie spenetrowany w porównaniu z wieloma rynkami w innych krajach, będzie rósł w tempie 12,2% CAGR z 119,3 mld PLN w 2021 r. do 212,5 mld PLN w 2026 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 segment handlu internetowego w Polsce będzie rósł w tempie przewidywanym przez Euromonitor, w tempie, które Grupa uważa za możliwe lub że osiągnie jakiegokolwiek wzrost. Obserwowana ostatnio intensyfikacja konkurencji może prowadzić do szybszego wzrostu w segmencie e-commerce niż miałyby to miejsce bez tego zjawiska, ale może również prowadzić do relatywnej utraty udziału w tym segmencie przez Grupę, co w ogólnym rozrachunku może skutkować wolniejszym faktycznym tempem wzrostu. Utrata udziału, spowolnienie wzrostu, stagnacja lub kurczenie się rynku i segmentu, na którym Grupa prowadzi działalność w Polsce 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 regulacje i wpływanie na podaż pieniądza, stopy procentowe, kursy walutowe i rynek pracy. Na sytuację gospodarczą w Polsce wpływa również sytuacja demograficzna Polski, warunki makroekonomiczne w Europie i na świecie oraz napływ środków z Unii Europejskiej.

Chociaż środki związane z lockdownem wprowadzanym okresowo od marca 2020 r. przez polski rząd w następstwie wybuchu pandemii COVID-19 przyczyniły się do wzrostu popytu w segmencie e-commerce, przedłużając się spowolnienie gospodarcze w Polsce wynikające z trwającej pandemii COVID-19 lub innych przyczyn mogłoby mieć niekorzystny wpływ na działalność Grupy. Poziom zaszczepienia w Polsce, choć na koniec roku 2021 wynosił ponad 56% populacji, jest znacznie niższy od poziomu osiągniętego w wielu krajach Europy Zachodniej i nadal nie ma pewności, jak skuteczne będą poszczególne szczepionki przeciwko nowo pojawiającym się wariantom wirusa. W tym kontekście nie można przewidzieć, czy polski rząd będzie w stanie uniknąć wprowadzania w przyszłości ograniczeń w handlu detalicznym w Polsce (ostatnie miało miejsce w I kwartale 2021 roku), czy też przyszłe ograniczenia mogą być na tyle dotkliwie, że pandemia COVID-19 znacznie negatywnie wpłynie na segment e-commerce.

[6] Dane Euromonitor dotyczące handlu detalicznego w Polsce, opublikowane w styczniu 2022 r.

[7] zgodnie z Our World in Data <https://ourworldindata.org/covid-vaccinations>

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

Moment zakończenia pandemii COVID-19 oraz stopień i tempo późniejszego ożywienia gospodarczego nie są w pełni znane. Odnotowywane problemy związane z globalnymi łańcuchami dostaw oraz lokalne niedobory siły roboczej, wraz z wyższą inflacją spowodowaną tymi i innymi czynnikami, takimi jak rosnące ceny surowców, paliw i energii elektrycznej, a w konsekwencji rosnące stopy procentowe, mogą mieć istotny negatywny wpływ na warunki finansowe sprzedawców i konsumentów Grupy. Ewentualne pogłębienie kryzysu związanego z COVID-19 lub pojawienie się innych problemów makroekonomicznych może skutkować wzrostem bezrobocia, zmniejszeniem dochodu do dyspozycji i obniżeniem konsumpcji, a także wahaniami wartości aktywów i kursów walutowych. W przypadku wystąpienia któregośkolwiek z powyższych problemów, taki 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 ryzyko nałożenia nowych parapodatków (instrumentów o charakterze podatkowym) na podmioty, które uważane są za beneficjentów pandemii COVID-19, takie jak firmy z sektora e-commerce, w celu ograniczenia poziomu długu publicznego, który znacznie wzrósł w wyniku kryzysu. W przypadku nałożenia takich dodatkowych kosztów firmy e-commerce, których to dotyczy, mogą być zmuszone do podniesienia cen, a to z kolei może doprowadzić do spadku popytu na ich usługi oraz do istotnego pogorszenia wzrostu i/lub marż operacyjnych.

Ponadto polski rząd wprowadza szeroko zakrojone zmiany w zakresie ubezpieczeń społecznych i opodatkowania, które zaczną obowiązywać od 2022 r., co prawdopodobnie spowoduje znaczącą redystrybucję dochodu rozporządzalnego wśród polskich konsumentów na korzyść mniej zamożnych gospodarstw domowych. Chociaż w przeszłości takie zmiany prowadziły zazwyczaj do wzrostu sprzedaży detalicznej, nie ma pewności, że tak będzie w przypadku najnowszych reform, a zmiany te mogą mieć negatywny wpływ na popyt na usługi świadczone przez Grupę.

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

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

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

**PRZERWY W DZIAŁANIU SYSTEMÓW KTÓREGOKOLWIEK Z ZEWNĘTRZNYCH INTEGRATORÓW, KTÓRYCH DZIAŁALNOŚĆ POLEGA NA UMOŻLIWIANIU SPRZEDAWCOM INTEGRACJI ICH SKLEPÓW INTERNETOWYCH Z RÓŻNYMI KANAŁAMI SPRZEDAŻY E-COMMERCE, TAKICH JAK PLATFORMA ALLEGRO.PL, MOGĄ SPOWODOWAĆ POWAŻNE ZABURZENIA WOLUMENU TRANSAKCYJ GRUPY LUB NARAŻIĆ JĄ NA UTRATĘ REPUTACJI.**

Część sprzedających, którzy zamieszczają swoje oferty na platformie handlowej Grupy, decyduje się na korzystanie z usługi integracji e-commerce, która umożliwia im połączenie własnego sklepu internetowego z jednym lub kilkoma kanałami sprzedaży e-commerce jednocześnie, zamiast bezpośredniego przyłączenia swojego sklepu internetowego do każdego z wybranych kanałów sprzedaży e-commerce. Zdolność takich sprzedających do zarządzania swoimi ofertami na platformie Grupy, w tym dodawania nowych ofert, zmiany cen oraz obsługi zamówień i zwrotów, zależy w dużej mierze od zapewnienia ciągłości usług świadczonych przez ich dostawcę. Przykład takiego zakłócenia miał miejsce w marcu 2021 r., kiedy to u jednego z największych w Europie operatorów centrów danych i dostawców usług hostingowych w Strasburgu, który był głównym dostawcą tego typu usług dla największego zewnętrznego integratora usług Allegro, wybuchł pożar. Większość sprzedających na Allegro, których dotknęła awaria, odzyskała pełną funkcjonalność w ciągu 24 godzin od jej wystąpienia, natomiast niektórzy sprzedający musieli czekać na przywrócenie funkcjonalności nawet do siedmiu dni. W efekcie wiele zamówień złożonych na Allegro nie zostało wysłanych w terminie, co doprowadziło do zwiększonej liczby interakcji pomiędzy konsumentami a obsługą klienta Allegro. Awaria spowodowała również tymczasowy spadek liczby ofert zamieszczonych w serwisie. Chociaż zakłócenie to nie miało istotnego wpływu na wyniki finansowe Grupy, powtórzenie się podobnej lub większej awarii mogłoby pociągnąć za sobą większe straty lub zaszkodzić reputacji. Grupa rozpoczęła wdrażanie średnio – i długoterminowych procesów w celu ograniczenia zależności i ryzyka związanego z zewnętrznymi integratorami serwisów e-commerce, co ma na celu zapewnienie dodatkowej ochrony stabilności biznesowej platformy handlowej Grupy.

**GRUPA MOŻE NIE BYĆ W STANIE REALIZOWAĆ Z POWODZENIEM SWOICH CELÓW STRATEGICZNYCH, TAKICH JAK ROZWÓJ PROGRAMU SMART!, OPRACOWYWANIE I WPROWADZANIE NOWYCH PRODUKTÓW Z ZAKRESU FINANSOWANIA KONSUMENCKIEGO, EKSPANSJA MIĘDZYNARODOWA, ZWIĘKSZANIE ZAKRESU USŁUG DOSTAWY I 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 konsumentów oraz przyniósł sukces finansowy, ponieważ Grupa zainwestowała znaczne środki w jego rozwój. Liczba użytkowników programu SMART! w 2021 roku w dalszym ciągu dynamicznie rosła, osiągając poziom ponad 5 milionów aktywnych kupujących, na których składają się zarówno płatni abonenci, jak i osoby korzystające z limitowanej, bezpłatnej oferty próbnej „SMART! na Start”.

Oczekiwania finansowe Grupy zostały sformułowane przy założeniu dalszego rozwoju programu SMART! i w związku z tym mogą one ulec zmianie w przypadku niższego lub wyższego niż oczekiwano poziomu akceptacji programu przez nabywców. Szybsza akceptacja powoduje szybszy wzrost wartości transakcji dokonywanych na platformie handlowej, przy jednoczesnym obniżeniu procentowej marży zysku, i odwrotnie. Ponadto z uwagi na fakt, że program SMART! okazał się popularny wśród polskich konsumentów, istnieje ryzyko, że wprowadzenie konkurencyjnych ofert, takich jak Amazon Prime, która wystartowała w Polsce w październiku 2021 r. i która dodatkowo oferuje usługę streamingu wideo na żądanie,

może spowodować wolniejszy od oczekiwanego wzrost z programu SMART!, jeżeli konsumenci Allegro wybraliby Amazon Prime zamiast lub jako uzupełnienie abonamentu SMART! w przyszłości. Aby uniknąć takiej sytuacji, Grupa może podjąć decyzję o zwiększeniu wartości programu SMART! dla konsumentów i/lub sprzedawców, a takie działania mogłyby pogorszyć rentowność Grupy przy jednoczesnym zwiększeniu tempa wzrostu.

Jeżeli Grupa nie będzie w stanie skutecznie zarządzać przewidywanym wzrostem i związanymi z nim kosztami programu SMART!, może to mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

### Produkt finansowania konsumentckiego

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

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 konsumentckiego Grupa wykorzystuje, między innymi, raporty kredytowe uzyskane od dostawców zewnętrznych oraz wewnętrznie opracowany model ryzyka. Pozwala to na prognozowanie zdolności konsumenta do spłaty salda kapitału i odsetek od udzielonego kredytu. Pomimo dynamicznego rozwoju Allegro Pay i znaczącego wzrostu bazy aktywnych kredytobiorców, Grupa utrzymała relatywnie niski wskaźnik strat kredytowych dzięki dobrej dyscyplinie zarządzania ryzykiem i ulepszonym modelom scoringu ryzyka, utrzymując oczekiwane

straty kredytowe na poziomie nie przekraczającym 1,7% w 2021 roku. Niemniej jednak Grupa nie może zapewnić, że wspomniane procesy oceny ryzyka kredytowego pozostaną równie skuteczne w przyszłości. Może się okazać, że wahania przyszłych wyników w zakresie ściągalności należności od poszczególnych konsumentów lub wynikające z czynników ekonomicznych będą większe niż przewidywane w założeniach Grupy. Na dokładność modelu ryzyka oraz na zdolność Grupy do zarządzania ryzykiem kredytowym związanym z ofertą Grupy w zakresie finansowania konsumentckiego mogą mieć również wpływ działania konkurencji, zmiany w zachowaniach konsumentów, dostępność źródeł finansowania, zmiany w otoczeniu gospodarczym oraz inne czynniki, a także zmiany prawne lub regulacyjne (np. przepisy dotyczące upadłości, regulacje dotyczące minimalnych spłat, ograniczenia dotyczące opłat i stóp procentowych, wymogi w zakresie weryfikacji kredytowej lub inne przepisy dotyczące kredytów konsumentckich, przy czym te ostatnie są w trakcie opracowywania zarówno na poziomie polskim, jak i unijnym). 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, który wstępnie został oszacowany na 35% całkowitych zakupów dokonywanych przez pożyczkobiorców Allegro Pay, w związku z czym Grupa może nie zrealizować spodziewanych dodatkowych przychodów z tytułu prowizji od sprzedawców. Grupa może również nie być w stanie pozyskać finansowania dla udzielanych przez siebie kredytów konsumentckich przy stopach procentowych, które byłyby wystarczająco konkurencyjne, aby umożliwić Grupie osiągnięcie zysków z oferowanego przez nią produktu finansowania konsumentckiego.

W październiku 2021 roku Grupa podpisała z AION Bank („Aion”) Umowę Sprzedaży Wierzytelności („RPA”) dotyczącą nabycia przez Aion wierzytelności z tytułu pożyczek konsumentckich udzielonych przez Allegro Pay. Umowa RPA kreuje ramy umożliwiające dokonywanie szeregu potencjalnych transakcji zbycia wierzytelności na podstawie mechanizmu składania i akceptacji ofert. Wierzytelności, które będą oferowane Aion w ramach Transakcji, muszą spełniać określone w Umowie RPA kryteria kwalifikacyjne, obejmujące m.in. dopuszczalny

przedział pierwotnej liczby rat wierzytelności podlegających zbyciu (trzy do trzydziestu). Jeżeli strony nie uzgodnią ceny wierzytelności dla jednej lub kilku z przewidywanych serii sprzedaży lub jeżeli Allegro Pay nie przedstawi wystarczającej wartości kwalifikujących się wierzytelności ratalnych, wówczas rzeczywiste wartości sprzedanych portfeli mogą być niższe niż zakładana łączna kwota 2 mld PLN w ustalonym okresie obowiązywania umowy.

Ponadto Grupa może nie być w stanie dokonać sekurytyzacji swojego portfela kredytowego w przyszłości lub może nie być w stanie dokonać sekurytyzacji portfela kredytowego na warunkach eliminujących wszelkie roszczenia regresowe wobec Grupy, co może prowadzić do zwiększonego zadłużenia w celu sfinansowania portfela kredytowego, co z kolei może skutkować zaprzestaniem przez Grupę świadczenia usług finansowania konsumentckiego 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 konsumentckim, 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.

Zespół Allegro Finance może dążyć do wprowadzenia w przyszłości kolejnych produktów i usług uzupełniających obecny produkt Allegro Pay. Produkty te mogą być również przeznaczone dla konsumentów, sprzedawców lub być stworzone z myślą o finansowaniu transakcji, które odbywają się poza platformą Allegro. Grupa nie może zagwarantować, że te potencjalne nowe produkty zostaną dobrze przyjęte przez docelowych odbiorców, przyniosą oczekiwane stopy zwrotu z zainwestowanego kapitału, które były planowane w momencie podejmowania zobowiązania do rozwoju produktu, ani że straty kredytowe nie pochłoną całości lub większości oczekiwanych zysków. Jakikolwiek znaczące gorsze niż zakładane wyniki uzyskane z istotnych produktów Allegro Finance mogą mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

### 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 i/lub marketing w celu pozyskania konsumentów i ruchu, które mogą nie przynieść Grupie oczekiwanych zysków. Jeżeli Grupa podejmie inicjatywę ekspansji międzynarodowej, która nie przyniesie zadowalających zysków, może to mieć istotny niekorzystny wpływ na jej działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne.

W związku z realizacją strategii ekspansji międzynarodowej, w dniu 5 listopada 2021 roku Grupa ogłosiła zamiar nabycia Grupy Mall i WE | DO oraz ich działalności w sześciu krajach Europy Środkowej (zob. punkt „Podsumowanie najważniejszych wydarzeń”). Chociaż przejście jest uzależnione od uzyskania określonych zgód organów regulacyjnych i nie przewiduje się jego zamknięcia przed końcem 2022 r., Grupa przedstawiła pewne Czynniki ryzyka odnoszące się do określonych zagrożeń związanych z tym przejściem (zob. podpunkt: Ryzyko związane z przejściem Mall Group a.s. („Grupa Mall”) i WE | DO CZ s.r.o. („WE | DO”).

### One Fulfillment by Allegro

W celu dalszej poprawy jakości obsługi konsumentów oraz wspierania międzynarodowych sprzedawców i wybranych handlowców Grupa wprowadza własne usługi realizacji zamówień („One Fulfillment by Allegro”) w ramach uzupełnienia modelu realizacji zamówień przez podmioty zewnętrzne. Pierwsza placówka Fulfillment Center, której zadaniem jest wspieranie sprzedawców w modelu 3P, została uruchomiona w 2021 roku i na dzień sporządzenia niniejszego raportu rocznego działa w trybie pilotażowym na dużą skalę. Grupa odnotowała opóźnienia w integracji oprogramowania do zarządzania magazynem (WMS) dostarczanego przez inne podmioty ze swoją platformą handlową i automatycznymi urzędzeniami magazynowymi. Integracja ta musi zakończyć się powodzeniem, aby w pełni wykorzystać powierzchnię i możliwości pierwszego Fulfillment Center oraz aby w pełni określić popyt na ten nowy rodzaj usług i poziom zadowolenia Sprzedawców korzystających z platformy handlowej Grupy.

W zależności od wyników pierwszej placówki Fulfillment Center obsługującej sprzedawców w modelu 3P, Grupa może zainwestować w dodatkowe placówki tego typu w pobliżu dużych ośrodków miejskich. Jeżeli Grupie nie uda się prawidłowo zrealizować swojej strategii w zakresie usług realizacji zamówień, w tym jeżeli dokona ona zbyt dużych lub zbyt małych inwestycji w infrastrukturę niezbędną do magazynowania zapasów sprzedawców w centrach realizacji zamówień, nie rozszerzy ona działalności w odpowiednim czasie lub w inny sposób nie zaspokoi popytu ze strony kupujących i sprzedawców, może to mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

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

W 2021 r. Grupa rozpoczęła inwestycje w uruchomienie własnej sieci automatów paczkowych stanowiącej element strategii mającej na celu poprawę doświadczeń konsumentów w zakresie dostaw. Grupa zainwestowała w zespół, którego zadaniem jest zarządzanie pozyskiwaniem lokalizacji, montażem i eksploatacją automatów paczkowych, a także zabezpiecza możliwości zaopatrzenia się w automaty paczkowe wysokiej jakości. Do końca 2021 roku liczba zainstalowanych automatów paczkowych osiągnęła kamień milowy w postaci 1000 sztuk, a w listopadzie rozpoczęły się komercyjne dostawy do klientów. Grupa przewiduje, że uruchomienie sieci

automatów paczkowych zajmie kilka lat, a docelowa skala tej sieci nie została jeszcze określona i będzie zależała od realizacji celów operacyjnych projektu związanych z obsługą konsumentów przy wykorzystaniu alternatywnych metody dostawy.

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

Wybrany przez Grupę dostawcą automatów paczkowych jest spółka posiadająca zakłady produkcyjne w zachodniej Ukrainie. W przypadku eskalacji obecnych napięć militarnych pomiędzy Rosją a Ukrainą nie możemy wykluczyć, że wynikające z nich zakłócenia gospodarcze mogą opóźnić bądź uniemożliwić na pewien czas lub bezterminowo zaplanowane dostawy zamówionych automatów paczkowych. Grupa posiada obecnie znaczną rezerwę niezainstalowanych automatów paczkowych w obiektach w Polsce, co stanowi istotne zabezpieczenie na wypadek urzeczywistnienia się tego ryzyka.

### Inwestycja we własny potencjał w zakresie dostaw

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

### Transakcje przejęcia

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

skompensowałyby koszty przejęcia; dodatkowe koszty lub rozwodnienie kapitału związane z finansowaniem przejęcia; oraz potencjalne odpisy lub utrata wartości w odniesieniu do przejętych podmiotów. Jeżeli w odniesieniu do jakiegokolwiek przyszłej transakcji przejęcia Grupa nie dokona właściwej oceny wartości przejmowanego podmiotu, poniesie koszty, które później okażą się nieuzasadnione, nie zdoła prawidłowo i w opłacalny sposób dokonać integracji przejętego podmiotu z działalnością Grupy lub zaciągnie zobowiązania, które okażą się większe niż przewidywano, może to mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

W związku z realizacją strategii przejęć, w dniu 5 listopada 2021 roku Grupa ogłosiła zamiar nabycia Grupy Mall oraz jej działalności w sześciu krajach Europy Środkowej (zob. 2.2.3 Podsumowanie najważniejszych wydarzeń). Choć przejęcie jest uzależnione od uzyskania określonych zgód organów regulacyjnych i nie przewiduje się jego zamknięcia przed końcem 2022 r., Grupa przedstawiła pewne Czynniki ryzyka odnoszące się do określonych zagrożeń związanych z tym przejęciem (zob. podpunkt: Ryzyko związane z przejęciem Mall Group a.s. („Grupa Mall”) i WE | DO CZ s.r.o. („WE | DO”).

### 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 Raporcie 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 stawał, istotne wymagania względem zarządzania Grupą oraz jej infrastruktury operacyjnej i finansowej. Dążąc do rozwoju, Grupa będzie musiała nadal ulepszać i unowocześniać swoje systemy i infrastrukturę, aby sprostać większej skali i złożoności prowadzonej działalności (w tym, na przykład, dodatkowym wyzwaniom wynikającym ze

zwiększonej obecności na rynkach międzynarodowych w wyniku ekspansji geograficznej lub zwiększonego wykorzystania centrów realizacji zamówień w wyniku uruchomienia usługi Allegro Fulfillment, lub wykorzystanie nowych, zastrzeżonych rozwiązań w zakresie sieci automatów paczkowych i dostawy zwiększy zakres, rozmiar i złożoność jej systemów IT i systemów zapewnienia zgodności). Taka ekspansja będzie wymagała od Grupy zaangażowania znacznych zasobów, m.in. zarządczych i operacyjnych, jeszcze przed zwiększeniem skali działalności, jednocześnie nie gwarantując pewności osiągnięcia odpowiedniego wzrostu przychodów i zysków.

Dalszy rozwój mógłby w szczególności osłabić zdolność Grupy do utrzymania niezawodnego poziomu jakości usług świadczonych na rzecz jej sprzedawców i konsumentów, do pozyskiwania, szkolenia, motywowania i utrzymania wysoko wykwalifikowanych pracowników, a także do dalszego rozwijania i wzmocnienia 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 konsumentów i sprzedawców, a tym samym ograniczyć rozwój Grupy. Każde takie niepowodzenie może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

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

Obecny model biznesowy Grupy jest uzależniony głównie od tego, czy sprzedawcy i konsumenci wystawiają i nabywają produkty i usługi za pośrednictwem jej platformy. Z wyjątkiem stosunkowo niewielkiej części działalności Grupy w zakresie sprzedaży detalicznej prowadzonej bezpośrednio Grupa ma ograniczony wpływ na to, które artykuły zostaną wystawione na sprzedaż, a także nie podejmuje decyzji dotyczących cen ani innych decyzji związanych z produktami kupowanymi i sprzedawanymi na jej platformie. Przyszłe przychody Grupy zależą od utrzymującego się popytu na towary oferowane przez sprzedawców na jej platformie.

Popularność wśród konsumentów niektórych kategorii artykułów, takich jak artykuły komputerowe i elektroniczne, telefony komórkowe, zabawki, odzież i artykuły sportowe, może zmieniać się w czasie ze względu na postrzeganą dostępność, subiektywną wartość oraz ogólne trendy wśród konsumentów i społeczeństwa. Spadek popytu na niektóre artykuły sprzedawane za pośrednictwem platformy e-commerce Grupy, przy jednoczesnym wzroście popytu na inne artykuły, może zmniejszyć ogólny wolumen transakcji na platformach Grupy, skutkując zmniejszeniem przychodów. Niektóre z głównych czynników napędzających działalność Grupy pozostają w dużej mierze poza jej kontrolą, a Grupa jest uzależniona od tego, czy miliony użytkowników indywidualnych będą nadal preferować oferowane przez nią usługi internetowe.

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

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

Grupa wykorzystuje różne narzędzia, aby pomóc swoim sprzedawcom w zapewnieniu konsumentom dostępu do najniższych cen na polskim rynku detalicznym i budowaniu postrzegania Allegro jako lidera rynku w zakresie niskich cen. Oznacza to m.in. systematyczny monitoring cen popularnych produktów w konkurencyjnych sklepach e-commerce i sklepach tradycyjnych. Sytuacja, w której można znaleźć lepsze ceny w innym miejscu, określana jest mianem „niedopasowania cen” i podejmowane są działania mające na celu wyeliminowanie tego niedopasowania. Działania te obejmują: i) dostarczanie sprzedawcom benchmarków cenowych i bodźców do obniżenia cen do określonego poziomu w celu przyspieszenia sprzedaży, ii) obniżanie stawek za realizację transakcji w zamian za osiągnięcie określonego punktu cenowego oraz iii) przejmowanie ustalania cen dla określonego produktu lub produktów, za zgodą sprzedawcy, w celu zmiany cen w czasie rzeczywistym, aby wyeliminować mierzone Niedopasowania cen, w zamian za obniżkę stawek za realizację transakcji. Grupa nie może zagwarantować, że metody te będą w pełni skuteczne w konkurowaniu z innymi podmiotami z branży e-commerce, w szczególności ze sprzedawcami internetowymi, którzy posiadają własne zapasy i w pełni kontrolują ceny swojego asortymentu. W szczególności monitorowane informacje cenowe mogą zawierać błędy lub pomijać ceny oferowane przez poszczególnych konkurentów, co prowadzi do działania w oparciu o nieprawidłowe informacje cenowe. Zainteresowanie sprzedawców udziałem w tych programach cenowych może być niewystarczające lub też sprzedawcy mogą celowo podnosić ceny swoich produktów, aby uzyskać obniżki opłat za realizację transakcji, a tym samym poprawić swoją rentowność i sprzedaż. Choć Grupa nieustannie pracuje nad poprawą skuteczności tych narzędzi cenowych, nie może zagwarantować, że będą one zawsze w pełni skuteczne, a każda znacząca utrata reputacji Allegro jako platformy oferującej bardzo atrakcyjne ceny może mieć istotny negatywny wpływ na wielkość sprzedaży, częstotliwość odwiedzin konsumentów i inne wskaźniki rynkowe, a także niekorzystnie wpłynąć na wyniki finansowe.

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

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

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

W przeszłości Grupa oferowała Radzie Dyrektorów Spółki i kluczowym pracownikom Grupy 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 mogły zostać sprzedane po upływie okresu blokady, tj. dwunastu miesięcy od daty pierwszej oferty publicznej, czyli w październiku 2021 roku. Wśród osób, które zainwestowały w Grupę w ciągu 2021 r., zaobserwowano znacznie wyższy poziom odpływu pracowników niż przed IPO, a w przyszłości Grupa może nadal odnotowywać zwiększony poziom odpływu tych osób. Grupa nie może zagwarantować, że po uwidocznieniu się wyników tych inwestycji, wszystkie osoby, które zainwestowały w Grupę w ramach IPO uznają, że dalsze zatrudnienie w Grupie jest zgodne z ich oczekiwaniami, celami osobistymi lub zawodowymi. Mimo że Kierownictwo wdrożyło programy motywacyjne, w tym programy motywacyjne oparte na akcjach, począwszy od 2021 r., w celu zapewnienia, że całkowite wynagrodzenie pozostanie konkurencyjne w stosunku do porównywalnych spółek giełdowych i zapewni dostęp do nowych utalentowanych osób chętnych do podjęcia pracy w Grupie, mogą one nie być wystarczająco atrakcyjne, aby zatrzymać tych pracowników, którzy zrealizowali inwestycje podczas IPO.

Zgodnie z obowiązującymi wymogami polskiego kodeksu pracy, Grupa w przeszłości preferowała zatrudnianie utalentowanych pracowników na podstawie umów o pracę zamiast umów typu business to business („B2B”), mimo że te ostatnie często wiążą się z niższymi obciążeniami z tytułu podatków i ubezpieczeń społecznych zarówno po stronie kontraktora, jak i podmiotu zatrudniającego.

Ze skutkiem od 2022 r. polski rząd wprowadził nowe przepisy podatkowe, które pogorszyły sytuację Grupy, ponieważ (i) w istotny sposób zwiększają korzyści finansowe wynikające z umów B2B dla kontraktorów w porównaniu z sytuacją w 2021 r. (np. poprzez obniżenie zryczałtowanej stawki podatkowej z 15% do 12% dla programistów IT działających w modelu B2B) oraz (ii) wprowadzają szczególne zasady unikania opodatkowania, które uniemożliwiają obecnym pracownikom organizacji przejście na umowy B2B z tym samym pracodawcą bez uprzedniego zerwania relacji z organizacją na okres co najmniej 24 miesiące. Powyższe zmiany zasad istotnie zwiększają ryzyko, że zatrudnieni przez Grupę pracownicy mogą zostać przyciągnięci przez rozwiązania B2B oferowane przez inne organizacje, a jednocześnie jeszcze bardziej utrudniają oferowanie rozwiązań B2B obecnym pracownikom Grupy. Grupa nie może zapewnić, że te zmiany zasad nie będą miały istotnego wpływu na zdolność Grupy do zatrzymania obecnych utalentowanych osób przy obecnym lub umiarkowanie wyższym poziomie wynagrodzenia i mogą prowadzić do wolniejszej realizacji projektów o kluczowym znaczeniu dla zapewnienia rozwoju Grupy.

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



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

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

Ewentualne pogorszenie sytuacji finansowej któregośkolwiek z zewnętrznych dostawców usług lub pogorszenie relacji Grupy z takimi dostawcami może niekorzystnie wpłynąć na jakość procesów logistycznych Grupy i koszty dystrybucji, a także wywrzeć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

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

**TRWAJĄCA PANDEMIA COVID-19, W TYM WYNIKAJĄCA Z NIEJ NIEPEWNOŚĆ GOSPODARCZA NA ŚWIECIE ORAZ ŚRODKI PODJĘTE W ODPOWIEDZI NA PANDEMIĘ, A TAKŻE INNE PRZYSZŁE POTENCJALNE KLĘSKI 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 podróży, lockdowny, kwarantanny oraz zamykanie miejsc pracy, wymóg zachowania dystansu społecznego, ograniczanie lub zakazywanie spotkań towarzyskich i imprez masowych. Do tej pory działania te były czterokrotnie intensyfikowane i łagodzone, w miarę wzrostu i ponownego spadku liczby zakażeń. Od grudnia 2020 r. w całej Polsce i UE realizowany jest program szczepień. Odsetek osób podwójnie zaszczepionych w Polsce osiągnął 56% pod koniec 2021 r., co przyniosło pewną poprawę wskaźników hospitalizacji, w stosunku do liczby nowych zakażeń COVID-19, w 2021 r. i na początku 2022 r.

Chociaż niektóre ograniczenia nałożone przez władze zostały utrzymane w mocy, zwłaszcza zalecenie, aby w miarę możliwości pracować z domu, polski rząd nie wymagał zamknięcia centrów handlowych od marca 2021 r. i tylko raz zamknął wszystkie tradycyjne sklepy detaliczne, które nie służyły zaspokajaniu podstawowych potrzeb klientów, w okresie od połowy marca do początku maja 2020 r. W wyniku tych działań, mających szczególny wpływ na sektor detaliczny, oraz ogólnego negatywnego wpływu ograniczeń związanych z COVID-19 na gospodarkę, tempo wzrostu sprzedaży detalicznej spadło z 6,5% w 2019 r. do -3,0% w 2020 r., by powrócić do poziomu 12,9% w 2021 r. O ile spadek ogólnego popytu jest wyraźnym hamulcem dla segmentu e-commerce, o tyle okresowe ograniczenia w tradycyjnej sprzedaży detalicznej spowodowały gwałtowny wzrost

penetracji segmentu detalicznego online w całkowitej sprzedaży detalicznej w 2020 r., ponieważ konsumenci zaczęli w większym stopniu korzystać z zakupów online i przyswoili sobie nowe nawyki zakupowe. W 2021 r., choć duża część tego dodatkowego popytu na zakupy online została utrzymana, łatwiejszy niż w 2020 r. dostęp do tradycyjnych sklepów oraz dodatkowe poczucie bezpieczeństwa osobistego, jakie dają szczepienia, doprowadziły do oczekiwanego spowolnienia tempa wzrostu penetracji w handlu tradycyjnym w 2021 r. Z najnowszych niezależnych badań wynika, że wzrost w segmencie handlu detalicznego online szacowany jest na 16,2% w 2019 r., 55,3% w 2020 r. i wstępnie na 25,1% w 2021 r. z zastrzeżeniem ewentualnych korekt.

Na dzień sporządzenia niniejszego Raportu Zarządu nie można przewidzieć, jak długo będzie trwała pandemia COVID-19, ponieważ pojawiają się nowe szczepy wirusa, które mogą być bardziej zaraźliwe i/lub bardziej niebezpieczne niż wcześniejsze, co będzie wymagało od władz państwowych ponownego wprowadzenia części najbardziej restrykcyjnych środków, jakie zastosowano w 2020 r. Ponadto nie można dokładnie przewidzieć, w jakim stopniu dodatkowy popyt, który początkowo odnotowano w segmencie e-commerce na skutek wybuchu pandemii i wprowadzenia związanych z nią ograniczeń, utrzyma się po ustąpieniu pandemii i całkowitym zniesieniu restrykcji. 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, konsumentów, sprzedawców i innych zainteresowanych stron. Grupa wdrożyła tryb pracy zdalnej, który na chwilę obecną jest

[8] Źródło: Szacunki Euromonitor dotyczące segmentu e-commerce, stan na styczeń 2022 r.

stosowany przez prawie wszystkich jej pracowników. W przypadku pracowników Grupy, którzy pracują w magazynach i/lub nie mogą pracować zdalnie, Grupa wdrożyła dodatkowe procedury ochronne, w tym wyposażyła pracowników w środki ochrony osobistej (np. maski, rękawice, środki dezynfekujące, płyny do dezynfekcji rąk, osłony twarzy), wdrożyła zasady dystansu społecznego, wprowadziła trzymianowy system pracy, zwiększyła częstotliwość sprzątanego 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. Wdrożenie tych zasad dotyczących testów i odszkodowań może być kosztowne dla Grupy i spowodować, że Kierownictwo opóźni powrót do normalnego korzystania z biur w stosunku do sytuacji, która miałyby miejsce, gdyby ustawa ta nie weszła w życie.

W miarę jak kryzys wywołany pandemią będzie się przedłużał na kolejne miesiące 2022 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 osiągnięty 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 do szybszego wzrostu GMV na platformie handlowej, o tyle działalność Grupy w zakresie sprzedaży biletów w systemie eBilet, która stanowiła odpowiednio 1,0%, 0,2% i 0,3% GMV Grupy za lata zakończone 31 grudnia 2019 r., 2020 r. i 2021 r., została ograniczona w wyniku długiego zamknięcia branży wydarzeń rozrywkowych organizowanych na żywo w następstwie wybuchu pandemii COVID-19, szczególnie w okresie od II kw. 2020 r. do II kw. 2021 r. W drugiej połowie 2021 r. ograniczenia dotyczące imprez rozrywkowych odbywających się na żywo były znacznie bardziej umiarkowane, a sprzedaż biletów znacznie wzrosła, chociaż niektóre ograniczenia nadal obowiązują, a wiele z nich może zostać nałożonych ponownie, jeżeli pandemia ponownie się nasili. 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.

Stopień, w jakim pandemia COVID-19 wpłynie na działalność, wyniki operacyjne i sytuację finansową Grupy będzie zależał od przyszłego rozwoju sytuacji w zakresie powyższych problemów i na dzień sporządzenia niniejszego Sprawozdania pozostaje on obciążony wysokim stopniem niepewności i nie jest możliwy do przewidzenia.

#### 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 ZMNIJSZENIE SKALI KORZYSTANIA Z USŁUG.

Grupa jest narażona na ryzyko oszustw dokonywanych na jej platformach przez użytkowników Grupy, w tym na przykład oszustw polegających na sprzedaży podrobionych artykułów, niedostarczaniu towarów po otrzymaniu zapłaty oraz dokonywaniu zakupów z wykorzystaniem informacji o kartach kredytowych i płatnościach zapisanych na przejętych kontaktach. Mimo że Grupa wdrożyła środki mające na celu wykrywanie i ograniczanie występowania oszustw, takie jak współpraca z markami i reagowanie na zgłoszenia użytkowników w celu usuwania ofert podrobionych artykułów, monitorowanie transakcji i działań użytkowników w celu wykrywania podejrzanej aktywności oraz wdrażanie mechanizmów antybotowych w celu przeciwdziałania złym doświadczeniom konsumentów i zwiększania ich zadowolenia, nie można mieć pewności, że środki te okażą się wystarczające do dokładnego wykrywania oszustw, zapobiegania im lub ich powstrzymywania. W miarę wzrostu sprzedaży na platformie e-commerce Grupy koszty eliminowania skutków nieuczciwych działań, w tym koszty zwrotu należności konsumentom, mogą znacząco wzrosnąć, co może mieć negatywny wpływ na wyniki operacyjne Grupy. Ponadto użytkownicy mogą dopuszczać się oszustw lub innych nielegalnych działań podczas korzystania z dowolnej platformy administrowanej przez Grupę, co może zaszkodzić reputacji Grupy, narazić ją na odpowiedzialność cywilną lub karną oraz wpłynąć na jej wyniki finansowe.

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

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

Polityka Grupy w zakresie zwrotów jest zgodna z polskimi przepisami o ochronie konsumentów i przewiduje, że konsument może zwrócić zakupiony towar w przypadku, gdy sprzedawcą jest przedsiębiorca (tj. osoba prowadząca działalność gospodarczą lub zawodową, a nie osoba prywatna nieprowadząca działalności gospodarczej), pod warunkiem, że konsument zawiadomi sprzedawcę o chęci zwrotu w ciągu 14 dni od otrzymania towaru i odeśle go w ciągu 14 dni od przekazania zawiadomienia. Jeżeli Grupie nie uda się zrealizować i spełnić oczekiwań konsumentów co do zakupionych produktów lub jeżeli wskaźnik zwrotów dokonywanych przez konsumentów wzrośnie z innych powodów (np. z powodu zmian w zachowaniu konsumentów lub nadużywania polityki zwrotów przez osoby, które w rzeczywistości nie chcą nabyć produktów Grupy), może to zwiększyć koszty Grupy (związane ze zwrotami zakupów dokonanych w ramach usługi SMART!), a Grupa może stracić obecnych lub potencjalnych konsumentów lub sprzedawców, co mogłoby wpłynąć na jej przychody z tytułu funkcjonowania platformy i przychody ze sprzedaży detalicznej. Niektórzy konkurenci Grupy w zakresie sprzedaży detalicznej oferują bardziej elastyczne zasady zwrotu towarów. Ponadto konsumenci Grupy mogą oczekiwać wydłużenia okresu na zwrot zakupu z obecnych 14 dni. W takim przypadku Grupa nie może wykluczyć, że konsumenci niezadowoleni z 14-dniowego terminu na dokonanie zwrotu zdecydują się na zakup produktów u konkurentów Grupy, którzy oferują możliwość zwrotu w okresie dłuższym niż 14 dni, co mogłoby spowodować utratę konsumentów. Powyższe czynniki mogą mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

**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.

Na dzień 31 grudnia 2021 r. głównym instrumentem kredytowym Grupy jest Nowa Umowa Kredytowa, obejmująca kredyt terminowy w wysokości 5,5 mld PLN, którego termin spłaty przypada na 29 października 2025 r. oraz kredyt odnawialny w wysokości 0,5 mld PLN, który nie był wykorzystywany przez cały rok 2021. Ponadto, Grupa zapewniła sobie możliwość skorzystania z Kredytu Dodatkowego w wysokości 1,0 mld PLN na sfinansowanie przejęcia Grupy Mall / WEJDO po uzyskaniu wszystkich zgód organów regulacyjnych. Ten Kredyt Dodatkowy jest dostępny do 9 grudnia 2022 r. i zostanie sflakowany w ciągu sześciu miesięcy od jego uruchomienia w celu zamknięcia transakcji nabycia spółki Mall. W dniu 3 lutego 2022 roku Grupa zawarła kolejną umowę kredytu odnawialnego na dodatkowe 0,5 mld PLN w celu zapewnienia Grupie dodatkowej elastyczności w zakresie finansowania.

Grupa przewiduje, że spłata Kredytu Dodatkowego zostanie sfinansowana z emisji przez Allegro.eu nowych obligacji w złotych polskich w ramach programu emisji niezabezpieczonych obligacji uprzywilejowanych ogłaszanego przez Grupę w dniu 30 listopada 2021 r. W przypadku, gdyby rynki obligacji w złotych polskich nie były dostępne dla Grupy na warunkach racjonalnych z ekonomicznego punktu widzenia lub nie byłyby w ogóle dostępne, wówczas konieczne byłoby poszukiwanie alternatywnych źródeł refinansowania Kredytu Dodatkowego lub uruchomienie istotnej części niewykorzystanych kredytów odnawialnych Grupy.

Jeżeli w terminie zapadalności Kredytu Dodatkowego lub Nowych Kredytów Grupy, Grupa nie będzie dysponowała przepływami pieniężnymi z działalności operacyjnej i innymi zasobami kapitałowymi wystarczającymi do spłaty zobowiązań z tytułu zadłużenia lub do zaspokojenia innych potrzeb płynnościowych Grupy, Grupa może być zmuszona do refinansowania lub restrukturyzacji swojego zadłużenia. Ponadto Grupa może być zmuszona do refinansowania całości lub części swojego zadłużenia w terminie jego wymagalności lub przed jego upływem (całość zadłużenia Grupy na dzień 31 grudnia 2021 r. przypada do spłaty w październiku 2025 r.). Jeżeli Grupie nie uda się zrefinansować lub zrestrukturyzować całości lub części swojego zadłużenia lub uzyskać takiego refinansowania lub restrukturyzacji na akceptowalnych warunkach, może ona być zmuszona do sprzedaży aktywów lub pozyskania dodatkowego finansowania dłużnego lub kapitałowego w kwotach, które mogą osiągnąć znaczne wartości lub posiadacze instrumentów dłużnych Grupy mogą wystąpić o przyspieszenie spłaty zadłużenia Grupy i, jeśli takie zadłużenie jest zabezpieczone, dokonać egzekucji z majątku Grupy. Rodzaj, terminy i warunki wszelkich przyszłych transakcji finansowania, restrukturyzacji, sprzedaży aktywów lub innych transakcji pozyskiwania kapitału będą uzależnione od potrzeb Grupy w zakresie środków pieniężnych oraz od warunków panujących na rynkach finansowych. Grupa nie może zapewnić, że będzie w stanie zrealizować którekolwiek z tych działań w odpowiednim terminie lub na warunkach uzasadnionych z ekonomicznego punktu widzenia, o ile w ogóle będzie w stanie je zrealizować. W takim przypadku Grupa może nie posiadać wystarczających aktywów do spłaty całości zadłużenia. Ponadto warunki Nowej Umowy Kredytowej mogą ograniczyć zdolność Grupy do podjęcia któregośkolwiek z tych działań.

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

Znaczący akcjonariusze, w związku z posiadaniem akcji Spółki i zasiadaniem w Radzie Dyrektorów, mają i będą mieli, bezpośrednio lub pośrednio, możliwość wpływania na strukturę prawną i kapitałową Spółki, na wynik spraw wymagających podjęcia działań przez akcjonariuszy oraz na inne istotne decyzje dotyczące działalności Grupy. Wszelkie konflikty pomiędzy kierownictwem wyższego szczebla a znaczącymi akcjonariuszami Grupy mogą mieć negatywny wpływ na Grupę i jej działalność. Ponadto znaczący akcjonariusze mogą prowadzić interesy z innymi podmiotami i/lub spółkami portfelowymi, które mogą być sprzeczne z interesami Grupy lub z potencjalnymi transakcjami, które Grupa może chcieć zawrzeć. Co więcej działania znaczących akcjonariuszy Grupy mogą negatywnie wpłynąć na działalność Grupy, w tym na jej wizerunek, markę lub zdolność do refinansowania zadłużenia, jeżeli instytucje finansowe uznają taką własność za istotnie niekorzystną dla ich gotowości do refinansowania lub pozyskania kapitału. Nie ma pewności, że interesy znaczących akcjonariuszy Grupy będą zgodne z interesami pozostałych akcjonariuszy lub Grupy ani że znaczący akcjonariusze będą wykonywać swoje prawa z korzyścią dla wszystkich akcjonariuszy.

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

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

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

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

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

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

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

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

Działalność detaliczna Grupy w modelu 1P 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 przyzwyczajęń 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 któregokolwiek z tych rodzajów ryzyka może mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, wyniki operacyjne i sytuację finansową Grupy.

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

Grupa jest narażona na ryzyko wynikające z czynników zewnętrznych, na które nie ma ona wpływu, w tym między innymi na ryzyko wypadków, aktów wandalizmu, zagrożeń naturalnych, aktów terroryzmu, szkód i strat spowodowanych przez pożary, awarie zasilania 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 któregokolwiek z tych zdarzeń, samodzielnie lub łącznie, może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

**RYZYKA ZWIĄZANE Z PRZEJĘCIEM GRUPY MALL I WE | DO (RAZEM „PRZEJMOWANE PODMIOTY”)**

**RYZYKO NIEDOTRZYMANIA WARUNKÓW ZAMKNIĘCIA TRANSAKCJI**

Istnieje ryzyko niesfinalizowania transakcji przejęcia w przypadku braku zgód odpowiednich organów antymonopolowych. Na dzień publikacji niniejszego raportu Grupa uzyskała (i) zgodę na dokonanie bezpośredniej inwestycji zagranicznej (BIZ) w Słowenii oraz (ii) zgody na dokonanie Transakcji wydane przez odpowiednie organy antymonopolowe w Republice Czeskiej, Republice Słowackiej, na Ukrainie i w Słowenii.

Jednocześnie nie został spełniony jeszcze jeden warunek zawieszający przewidziany w umowie SPA w odniesieniu do zgody organu antymonopolowego w Polsce (tj. Prezesa UOKiK). Ponadto, w styczniu 2022 roku postępowanie w sprawie zgody na koncentrację prowadzone przez Prezesa UOKiK zostało przedłużone o cztery miesiące, przechodząc do tzw. drugiego etapu.

Jeżeli transakcja nie zostanie sfinalizowana przed końcem roku obrotowego 2022 dla Przejmowanych Podmiotów (kończącego się 31 marca 2022 r.), może być konieczne uzyskanie zgód od odpowiednich organów antymonopolowych Austrii, Czarnogóry, Macedonii Północnej, Rosji, Serbii, Turcji i Tureckiej Republiki Cypru Północnego, w przypadku jeśli w roku obrotowym 2022 przychody Przejmowanych Podmiotów przekroczą minimalny poziom ustalony przez odpowiednie organy antymonopolowe w wyżej wymienionych krajach. W przypadku zmaterializowania się powyższego scenariusza, termin zamknięcia transakcji zostanie automatycznie przedłużony do 30 listopada 2022 roku lub 31 grudnia 2022 roku, jeśli sytuacja dotyczy Czarnogóry, ale nie później niż do 15 lutego 2023 roku. Wydłużony

termin zostanie wykorzystany na złożenie odpowiedniej dokumentacji do organów antymonopolowych krajów, których limity zostały przekroczone, w celu uzyskania zgód niezbędnych do sfinalizowania transakcji.

Grupa dołoży wszelkich starań, aby transakcja została sfinalizowana w terminie określonym w umowie SPA, jednakże w przypadku, gdy określone organy antymonopolowe nie wyrażą zgody na przejęcie z winy niebędącej po stronie sprzedających lub warunki uzyskania zgód będą nie do zaakceptowania przez Grupę, a zamknięcie transakcji nie nastąpi w terminie określonym w umowie SPA, Grupa zobowiązała się zapłacić sprzedającym karę za odstąpienie od umowy w wysokości 50 mln EUR, bez prawa sprzedających do żądania dodatkowego odszkodowania.

#### **RYZIKO SPORÓW SĄDOWYCH ZE SPRZEDAJĄCYMI**

Przejęcie Grupy Mall i WE|DO jest złożoną transakcją, która przewiduje dodatkową korektę ceny w wysokości do 50 mln EUR na podstawie wyników działalności w okresie od podpisania do 31 marca 2022 r. Istnieje ryzyko wystąpienia ewentualnych roszczeń odszkodowawczych pomiędzy stronami transakcji w zależności od przyszłych zdarzeń i okoliczności. W związku z tym Grupa nie może zagwarantować, że nie zostanie uwikłana w długotrwałe, złożone i kosztowne spory sądowe ze sprzedającymi, jeżeli jakkolwiek aspekt realizacji transakcji stanie się przedmiotem sporu. Koszty takiego postępowania sądowego i ewentualne niekorzystne rozstrzygnięcia mogą mieć istotny negatywny wpływ finansowy na Grupę lub jej działalność.

#### **RYZIKO WALUTOWE ZWIĄZANE Z TRANSAKcją PRZEJĘCIA**

Część gotówkowa bazowej ceny nabycia Przejmowanych Podmiotów jest wyrażona i płatna w EUR. Stwarza to ryzyko walutowe wynikające z faktu, że Grupa uzyskuje większość swoich przychodów w PLN. Wzrost kursu EUR w stosunku do PLN przełoży się na wzrost kwoty środków w PLN niezbędnych do zakupu waluty potrzebnej do sfinalizowania transakcji. Ryzyko to zostało ograniczone poprzez zawarcie przez Grupę umowy zabezpieczającej z bankiem w dniu 10 listopada 2021 r. w celu zabezpieczenia warunkowego kursu terminowego na zakup EUR za PLN. Wartość nominalna transakcji wynosi 100% bazowego komponentu gotówkowego ceny, czyli 474 mln EUR przy kursie terminowym PLN/EUR w przedziale od 4,6562 w dniu 31 stycznia 2022 r. do 4,8716 w dniu 31 marca 2023 r., w zależności od faktycznej daty zamknięcia transakcji przejęcia. W przypadku niedojścia transakcji do skutku Grupa rezygnuje z przyjęcia EUR zgodnie z umową zabezpieczającą.

Ryzyko walutowe dotyczy nie tylko gotówkowej części ceny bazowej Przejmowanego Podmiotu, ale również mechanizmu podwyższenia ceny (earn-out) po zamknięciu transakcji w przypadku osiągnięcia przez Przejmowany Podmiot określonych w umowie SPA wyników finansowych za rok obrotowy 2022 kończący się 31 marca 2022 roku. Wzrost ceny może wynieść do 50 mln EUR i jest płatny w EUR. Ta część ceny nabycia nie jest objęta opisanym powyżej zabezpieczeniem walutowym.

W odniesieniu do części ceny płatnej w akcjach nie występuje ryzyko walutowe z uwagi na fakt, że kurs wymiany zgodnie ze SPA dla Przejmowanych Podmiotów z dnia 4 listopada 2021 roku („SPA”) jest stały i wynosi 4,6208 PLN/EUR.

#### **RYZIKO WALUTOWE DOTYCZĄCE SKONSOLIDOWANYCH WYNIKÓW ORAZ WPŁYWÓW GRUPY Z TYTUŁU DYWIDEND**

Po sfinalizowaniu transakcji nabycia Przejmowanych Podmiotów Grupa będzie konsolidować ich wyniki finansowe i może w przyszłości uzyskiwać dochody z tytułu dywidendy, jeżeli Przejmowane Podmioty osiągną rentowność. Jednocześnie Przejmowane Podmioty oraz ich spółki zależne generują przychody głównie w walutach innych niż PLN, tj. w EUR, CZK, HUF i HRK. EUR, CZK, HUF i HRK. Ewentualne umocnienie się kursu PLN w stosunku do tych walut będzie miało negatywny wpływ na skonsolidowane wyniki finansowe Grupy wyrażone w PLN oraz na wyrażoną w PLN wartość ewentualnej należnej dywidendy.

#### **RYZIKO ZWIĄZANE ZE ZMIANĄ WARTOŚCI PRZEJMOWANEGO PODMIOTU W OKRESIE PRZEJŚCIOWYM W STOSUNKU DO WARTOŚCI GODZIWEJ ZAPŁATY, KTÓRA MA BYĆ DOKONANA W MOMENCIE ZAKOŃCZENIA TRANSAKЦИИ PRZEJĘCIA.**

Istnieje ryzyko, że w okresie pomiędzy podpisaniem umowy SPA a finalizacją transakcji przejęcia Przejmowanych Podmiotów ich wartość ulegnie obniżeniu. Wpływ na to mogą mieć zarówno czynniki rynkowe i inne czynniki zewnętrzne, jak i czynniki wewnętrzne, warunkujące efektywność operacyjną przedsiębiorstwa w realizacji jego planów. Jednocześnie Grupa nie ma bezpośredniego wpływu na działalność i strategię Przejmowanych Podmiotów, w związku z czym ryzyko to pozostaje poza jej kontrolą.

Ewentualna utrata wartości Przejmowanych Podmiotów może zostać częściowo skompensowana przez mechanizm korekty ceny po zamknięciu transakcji. Podwyższenie ceny o maksymalnie 50 mln EUR jest uzależnione od spełnienia przez Przejmowane Podmioty określonych krótkoterminowych celów w zakresie wzrostu marży EBITDA/GMV za obrotowy kończący się 31 marca 2022 roku. Brak realizacji tych celów spowoduje, że cena zakupu nie wzrośnie powyżej 881 mln EUR lub wzrośnie jedynie o część z 50 mln EUR z tytułu częściowej realizacji celów, obliczonej proporcjonalnie.

Niezależnie od wartości godziwej Przejmowanych Podmiotów na moment finalizacji transakcji przejęcia, bazowa część ceny nabycia została ustalona na poziomie 881 mln EUR, z czego kwota do 407,5 mln EUR zostanie rozliczona poprzez emisję do 33 649 039 akcji po cenie 12,11 EUR za akcję (55,98 PLN za akcję przeliczoną na euro po kursie 4,6208 EUR). Wartość godziwa faktycznie zapłaconego wynagrodzenia za akcje Przejmowanych Podmiotów na dzień zamknięcia transakcji, wyrażona w PLN, będzie ulegała wahaniom w zależności od rzeczywistego kursu EUR:PLN na dzień zamknięcia transakcji oraz rzeczywistego kursu rynkowego akcji zwykłych Grupy notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie na dzień zamknięcia transakcji.

Ponadto struktura transakcji przejęcia została ustalona w oparciu o tzw. mechanizm „lock-box” z datą 31 marca 2021 r., czyli końcem poprzedniego roku obrotowego Przejmowanych Podmiotów, za który dostępne są zbadane sprawozdania finansowe. W rezultacie ostateczne wynagrodzenie, jakie Grupa zapłaci za Przejmowane Podmioty, będzie obejmowało wszelkie dodatkowe zadłużenie netto zakumulowane przez Przejmowane Podmioty pomiędzy datą „lock-box” a datą zamknięcia transakcji przejęcia. W przeszłości Przejmowane Podmioty wymagały zewnętrznego finansowania w celu kontynuowania swojej działalności, ale Grupa nie ma bezpośredniej kontroli nad ich wynikami finansowymi i wykorzystaniem środków pieniężnych netto przed przejęciem własności i kontroli zarządczej. W związku z tym wartość godziwa wynagrodzenia, które ma zostać zapłacone przy zamknięciu w celu refinansowania dodatkowego zadłużenia netto zaciągniętego od daty zamknięcia stanowi dodatkowy koszt uzyskania kontroli nad Spółkami Przejmowanymi, a kwota do zapłaty nie może zostać dokładnie oszacowana ze względu na niepewność co do daty zamknięcia oraz wyników działalności w tym czasie.

W związku z powyższymi czynnikami Grupa nie może zagwarantować, że wartość godziwa zapłaty za Przejmowane Podmioty, wyrażona w PLN, nie wzrośnie do czasu zamknięcia transakcji przejęcia, ani nie może zagwarantować, że wartość godziwa Przejmowanych Podmiotów nie spadnie w okresie pomiędzy podpisaniem umowy SPA a zamknięciem transakcji przejęcia.

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

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

Czynniki te obejmują między innymi:

- **Przekształcenie modelu biznesowego Grupy Mall z modelu opartego w większości na sprzedaży własnej (1P) na model oparty w większości na sprzedaży na platformie handlowej (3P)**

Obecnie w Grupie Mall dominuje własny model sprzedaży (1P). Po zakończeniu przejścia, Grupa planuje przenieść się do wszystkich lub większości krajów, w których działa Grupa Mall („Nowe Kraje”), stosując głównie model biznesowy oparty na platformie handlowej (3P), który sprawdził się już w Polsce, jako zdolny do generowania silnego wzrostu i marż, i w którym Grupa ma bogate doświadczenie i kompetencje. W związku z powyższym Grupa szacuje, że model 3P może osiągnąć ponad dwie trzecie wartości GMV z obecnego poziomu dziesięciu procent w Przejmowanych Podmiotach i być w dużym stopniu odpowiedzialny za wzrost przychodów i zysków Grupy Mall w przyszłości. Aby ten kluczowy cel był możliwy do zrealizowania, należy osiągnąć następujące założenia:

1. umożliwienie ok. 130 tysiącom polskich i międzynarodowych sprzedawców w modelu 3P, działających już na platformie Grupy, sprzedaży ich ofert w Nowych Krajach, a także wyrażenie przez znaczną część tych sprzedawców zgody na sprzedaż w Nowych Krajach

2. wykorzystanie funkcjonalności już dostępnych w oprogramowaniu platformy handlowej 3P Grupy w Nowych Krajach poprzez przygotowanie przetłumaczonych wersji stron internetowych i treści ofert, tak aby konsumenci w Nowych Krajach mogli wygodnie dokonywać transakcji 3P z obecną i przyszłą bazą sprzedawców Grupy
3. wykorzystanie funkcjonalności już dostępnych w oprogramowaniu platformy handlowej 3P Grupy w celu zachęcenia sprzedawców z Nowych Krajów do wystawiania swoich ofert i zawierania transakcji z konsumentami na platformie handlowej Mall Group w Nowych Krajach oraz, jeżeli wyrażą takie życzenie, również w Polsce.

Z powyższą transformacją w kierunku platformy handlowej funkcjonującej w modelu 3P wiążą się różne rodzaje ryzyka, w tym m.in.:

- w trakcie integracji istniejących stron internetowych mogą wystąpić trudności techniczne, które mogą opóźnić transformację lub pogorszyć doświadczenia użytkowników oferowane sprzedawcom lub konsumentom
- liczba sprzedawców chętnych do sprzedaży międzynarodowej może być mniejsza niż przewidywano, co doprowadzi albo do uboższego asortymentu, albo do konieczności zapewnienia większych zachęt finansowych w celu dostarczenia lokalnym konsumentom pożądanej skali doświadczeń związanych z platformą handlową
- konsumenci w krajach, które są obecnie obsługiwane przez Mall, mogą nie dostosować się do doświadczeń użytkownika oferowanych przez model platformy e-commerce lub niechętnie dokonywać zakupów u sprzedawców, którzy nie mają siedziby w danym kraju, co spowoduje mniejszą częstotliwość zakupów i liczbę konsumentów niż przewidywano
- wahania kursów walut lub fundamentalne zmiany kosztów prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce w stosunku do krajów obsługiwanych obecnie przez Grupę Mall mogą doprowadzić do erozji wszystkich lub niektórych korzyści wynikających z poziomu cen, które Grupa zidentyfikowała jako przewagę konkurencyjną w momencie podejmowania decyzji o przejściu

- lokalni konkurenci mogą zareagować bardziej agresywnie niż przewidywano, co utrudni realizację wzrostów bazy klientów, częstotliwości zakupów lub pożądanych wskaźników realizacji transakcji, których oczekuje się w związku z transformacją platformy handlowej
- trudności dla Grupy i jej sprzedawców w zarządzaniu transakcjami międzynarodowymi, takie jak przestrzeganie różnych przepisów lub złożoność obsługi klienta lub zarządzania zwrotami, mogą okazać się większe niż przewidywano i prowadzić do pogorszenia doświadczeń konsumentów i sprzedawców, co z kolei może mieć negatywny wpływ na wyniki finansowe platformy handlowej.
- **Integracja istniejących platform sprzedażowych Grupy Mall z platformami Grupy**

Strategia Grupy dotycząca Grupy Mall zakłada integrację jej platform sprzedaży internetowej z istniejącą platformą handlową Grupy. Skuteczna realizacja strategii transformacji Grupy Mall przez Grupę zależy w dużej mierze od szybkiej i sprawnej integracji tych platform. Jest to warunek konieczny do pozyskania nowych sprzedawców, a co za tym idzie poszerzenia oferty sprzedażowej i konkurencyjności cenowej aktualnej oferty Grupy Mall dla jej aktywnych kupujących. Oczekuje się również, że poprawi ona wygodę dokonywania zakupów przez konsumentów. Wszelkie opóźnienia w integracji platform oraz ewentualne inne niepowodzenia w tym zakresie będą miały negatywny wpływ na wyniki finansowe Grupy, w tym zarówno na wzrost, jak i marże zysku.

- **Utrzymanie obecnej bazy aktywnych kupujących Grupy Mall**

Integracja platform Grupy Mall z platformą Grupy, z punktu widzenia konsumenta, oznaczać będzie pewne zmiany w ich wyglądzie, funkcjonalnościach oraz sposobie ich użytkowania przez klientów. Grupa planuje wprowadzanie wszystkich tych zmian stopniowo i przy stałym monitorowaniu reakcji konsumentów na wdrażane rozwiązania, jednak istnieje ryzyko utraty części klientów platform Grupy Mall, przyzwyczajonych do dotychczasowej formy usług. Utrata konsumentów może doprowadzić do spadku przychodów Grupy Mall, a tym samym do pogorszenia wyników finansowych Grupy. Ponadto jeśli rozszerzony asortyment usług oferowanych przez polskich i międzynarodowych sprzedawców Grupy nie będzie wystarczająco atrakcyjny dla

konsumentów w Nowych Krajach lub jeśli doświadczenia użytkowników i wygoda korzystania z platformy nie spełnią ich oczekiwań, Grupa może pozyskać mniej nowych Aktywnych Kupujących na połączone platformy w Nowych Krajach niż planowała, co przełoży się na wolniejszy wzrost i niższe marże zysku.

- **Transgraniczna logistyka towarów w Grupie Mall**

Grupa planuje, że w przyszłości dużą część przychodów Grupy Mall będą stanowić polscy i zagraniczni sprzedawcy w modelu 3P, działający już na platformie Grupy, którzy rozpoczną dystrybucję swoich towarów do klientów Grupy Mall w Nowych Krajach. Ze względu na większą złożoność procesów logistycznych przy sprzedaży transgranicznej, terminy dostaw mogą być dłuższe niż przyjęte w założeniach planistycznych Grupy. Wydłużenie czasu dostawy zmniejszyłoby wygodę dokonywania zakupów przez aktywnych kupujących dokonujących zakupów na połączonej platformie i mogłoby zmniejszyć ich skłonność do kontynuowania zakupów w połączonej Grupie, co w konsekwencji mogłoby mieć negatywny wpływ na wzrost i marże zysku.

- **Ryzyko niedoszacowania kosztów integracji i kosztów operacyjnych związanych z prowadzeniem działalności w zmienionym modelu 3P w Nowych Krajach**

Przygotowując analizę biznesową dotyczącą przejścia i przekształcenia Grupy Mall w podmiot prowadzący działalność e-commerce opartą na platformie handlowej, Grupa przyjęła pewne założenia dotyczące kosztów i harmonogramu prac niezbędnych do zintegrowania istniejących platform i przekształcenia modelu operacyjnego Grupy Mall. Jeżeli okaże się, że koszty tej działalności będą wyższe niż zakładane w planach Grupy, może to doprowadzić do pogorszenia wyników finansowych Grupy oraz przepływów pieniężnych z tytułu przejścia. Ponadto koszty operacyjne związane z nowym modelem działania Grupy Mall, w tym między innymi koszty wynagrodzeń, marketingu, logistyki i obsługi klienta, mogą okazać się wyższe niż zakładano i doprowadzić do uzyskania niższych marż i niższych wolnych przepływów pieniężnych niż zakładano przy podejmowaniu decyzji o zawarciu umowy SPA.

- **Utrzymanie kluczowych pracowników i kierownictwa**

Grupa zamierza wykorzystać kompetencje, specjalistyczną wiedzę i doświadczenie zarówno członków zarządów, jak i pozostałych pracowników Przejmowanych Podmiotów. Ewentualna utrata kluczowych pracowników, a w szczególności kierownictwa wyższego szczebla, może mieć negatywny wpływ na perspektywy rozwoju Grupy w Nowych Krajach oraz na przyszłe wyniki finansowe osiągnięte przez Grupę. Grupa będzie dążyła do ograniczenia powyższego ryzyka poprzez wdrożenie odpowiednich systemów motywacyjnych dla pracowników.

- **Możliwe trudności w stworzeniu jednolitej kultury w ramach Grupy i/lub w stworzeniu efektywnej struktury organizacyjnej zarządzającej w poszczególnych krajach i funkcjach**

Stosunkowo niewielkie różnice kulturowe w krajach Europy Środkowej i Wschodniej, w których Mall prowadzi działalność, w porównaniu z Polską, wraz z doświadczeniem zdobytym w prowadzeniu różnych modeli biznesowych oraz podkreśleniem różnych aspektów kultury biznesowej i wartości, muszą zostać uwzględnione przez Grupę przy tworzeniu jednolitej kultury biznesowej i struktury organizacyjnej w całej rozszerzonej Grupie po włączeniu do niej Przejmowanych Podmiotów. Czynniki te mogą prowadzić do powstania trudności w komunikacji i współpracy, które mogą spowodować opóźnienia w integracji obu biznesów i stworzeniu bardziej spójnego, skoncentrowanego na platformie handlowej modelu biznesowego e-commerce w całej Grupie. Ponadto Grupa jako organizacja ma niewielkie doświadczenie w prowadzeniu działalności w wielu krajach i może się okazać, że do zbudowania efektywnej struktury organizacyjnej obejmującej wszystkie kraje i funkcje potrzebne będą większe zasoby zarządcze, niż jest to obecnie planowane, co doprowadzi do wyższych niż przewidywane kosztów operacyjnych i mniejszej dźwigni finansowej wynikającej z rozwoju w Nowych Krajach. W przypadku pojawienia się takich problemów, wzrost, marże i wolne przepływy pieniężne uzyskane w wyniku przejęcia Grupy Mall mogą być niższe niż obecnie zakładane.

### **RYZIKO ZWIĄZANE Z REGULACJAMI, KWESTIAMI PRAWNYMI I KWESTIAMI DOTYCZĄCYMI WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ**

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

Grupa może być narażona na roszczenia odszkodowawcze z 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 roszczeniach o naprawienie szkody spowodowanej naruszeniem zasad konkurencji oraz wprowadzenia mechanizmów zbiorowego dochodzenia roszczeń. Ramy te mają na celu wzmocnienie pozycji osób prywatnych występujących z roszczeniami o odszkodowanie poprzez usunięcie przeszkód materialnych i proceduralnych utrudniających im udowodnienie naruszenia i uzyskanie odszkodowania. Liczba takich roszczeń rośnie również w Polsce (zarówno w sprawach wnoszonych samodzielnie, jak i w sprawach wszczętych na podstawie uprzedniej decyzji Prezesa UOKiK lub KE), co zwiększa istniejącą lub potencjalną odpowiedzialność, na jaką narażona jest Grupa.

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 sprzedażowej sprzedawców będących osobami trzecimi („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 stosowało w swoich regulaminach klauzule abuzywne.

W dniu 22 grudnia 2021 roku Prezes UOKiK wszczął postępowanie wyjaśniające w zakresie ochrony konsumentów dotyczące: 1) warunków prezentowania i moderowania opinii konsumentów zamieszczanych na platformie Allegro.pl oraz 2) warunków udostępniania

sprzedającym funkcjonalności umożliwiającej im ograniczenie możliwości zakupu towarów i usług oferowanych na platformie Allegro.pl dla niektórych konsumentów.

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 WIE O PEWNYCH TOCZĄCYCH SIĘ SPORACH PRAWNYCH POMIĘDZY OSOBAMI FIZYCZNYMI ZWIĄZANYMI Z BOLA INVESTMENT LIMITED („BOLA”) A OSOBĄ FIZYCZNĄ BĘDĄCĄ STRONĄ TRZECIĄ („POWÓD”) DOTYCZĄCYCH WŁASNOŚCI MNIEJSZOŚCIOWEGO PAKIETU UDZIAŁÓW W SPÓŁCE EBILET SP. Z O.O.**

która była poprzednim właścicielem spółki eBilet Polska sp. z o.o. („eBilet Polska”). Spółka eBilet Polska jest częścią Grupy od kwietnia 2019 r. Spółka eBilet sp. z o.o. nie jest i nigdy nie była częścią Grupy. Na podstawie informacji znanych Grupie oraz oceny doradcy prawnego Grupy na dzień sporządzenia niniejszego Raportu Grupa nie ma podstaw, by sądzić, że wynik toczących się sporów będzie miał istotny wpływ na Grupę.

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, odrzucił przedmiotowy pozew z przyczyn formalnych (postanowienie to nie jest jeszcze prawomocne).

**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. Ponadto (co zostało szczegółowo opisane w poprzednich raportach oraz poniżej) na poziomie unijnym przygotowywanych jest szereg aktów prawnych, które zwiększą stopień uregulowania, a tym samym koszty i ryzyko braku zgodności zarówno dla sektora e-commerce, jak i szeroko rozumianego sektora technologicznego. Ze względu na szeroki zakres zmian i czas ich wprowadzenia Grupa nie może zagwarantować, że jej praktyki są lub będą w pełni zgodne ze wszystkimi obowiązującymi przepisami prawa i regulacjami oraz sposobami ich interpretacji. Każdy objaw nieprzestrzegania lub domniemanego nieprzestrzegania przez Grupę któregośkolwiek z tych przepisów prawa lub regulacji może skutkować utratą reputacji Grupy i utratą przychodów, a wszelkie postępowania sądowe lub egzekucyjne wszczęte przeciwko Grupie w związku z faktycznym lub domniemanym nieprzestrzeganiem przepisów może jeszcze bardziej zaszkodzić jej reputacji i spowodować znaczny wzrost kosztów obsługi prawnej i/lub kar. Ponadto organy ustawodawcze i regulacyjne lub instytucje samoregulacji mogą rozszerzać zakres obowiązujących przepisów lub regulacji, uchylać nowe przepisy lub regulacje albo wydawać zmienione zasady lub wytyczne dotyczące ochrony prywatności, ochrony danych i ochrony konsumentów.

W wyniku niekorzystnych zmian w stosownych przepisach prawa lub regulacjach Grupa może ponosić znaczące koszty lub być zmuszona do zmiany swoich praktyk biznesowych, co z kolei może ograniczyć jej zdolność do skutecznego realizowania strategii rozwoju. Dzieje się tak np. na mocy Ogólnego Rozporządzenia o Ochronie Danych Osobowych (UE) 2016/679 („RODO”), które 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 użytkowników zgodnie z wymogami dotyczącymi ochrony prywatności wynikającymi z obowiązujących przepisów prawa, może ona nie być w stanie zapewnić takiej ochrony, a niektóre dane użytkowników mogą wyciec w wyniku błędu ludzkiego, celowego działania lub awarii technicznej lub mogą one zostać niewłaściwie wykorzystane w inny sposób. Grupa współpracuje z niezależnymi i zewnętrznymi dostawcami, partnerami, dealerami, usługodawcami i centrami obsługi telefonicznej, w związku z czym nie jest w stanie wyeliminować ryzyka, że również u tych podmiotów zewnętrznych mogą wystąpić awarie systemów związanych z przechowywaniem lub przekazywaniem informacji zastrzeżonych. Naruszenie przepisów lub regulacji dotyczących ochrony danych przez Grupę lub jednego z jej partnerów lub dostawców może skutkować nałożeniem kar pieniężnych, utratą reputacji bądź czasowym lub całkowitym ograniczeniem (w tym zakazem) przetwarzania danych i może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, wyniki operacyjne lub sytuację finansową Grupy.

Zbieranie, wykorzystywanie, przechowywanie, udostępnianie i bezpieczeństwo danych konsumenckich regulowane jest przez szereg lokalnych i międzynarodowych przepisów prawnych i regulacji. Te przepisy i regulacje ulegają szczególnie szybkim zmianom i oczekuje się, że kwestie te będą jeszcze bardziej uregulowane na poziomie UE. Ochrona danych jest w Europie kwestią szczególnie delikatną i nacechowaną politycznie, a wszelkie faktyczne lub domniemanie przypadki nieprzestrzegania przez Grupę obowiązujących przepisów prawa lub regulacji mogą mieć istotny negatywny wpływ na jej reputację i popularność wśród obecnych i potencjalnych konsumentów oraz sprzedawców. Lokalne i międzynarodowe organy rządowe nieustannie oceniają konsekwencje wykorzystywania plików cookie i innych metod śledzenia online na potrzeby reklamy behawioralnej i do innych celów dla ochrony prywatności. Niektóre rządy przyjęły lub rozważają wprowadzenie środków, które mogłyby znacznie ograniczyć zdolność spółek do podejmowania takich działań, np. poprzez uregulowanie kwestii informowania konsumentów o wykorzystywaniu przez spółkę plików cookie lub innych narzędzi śledzenia elektronicznego i uprzedniego wyrażania przez nich zgody na te działania. Ponadto niektórzy dostawcy urządzeń konsumenckich i przeglądarek internetowych wdrożyli lub ogłosili plany wdrożenia środków ułatwiających użytkownikom Internetu zapobieganie umieszczaniu plików cookie lub blokowanie innych technologii śledzenia, które, jeśli zostaną powszechnie przyjęte, mogą spowodować znaczne zmniejszenie skuteczności stosowania plików cookie i innych metod śledzenia online. Nowe przepisy prawa, regulacje lub zmiany w praktykach branżowych lub zachowaniach konsumentów mogą spowodować utratę lub znaczne ograniczenie zdolności Grupy do stosowania takich praktyk wykorzystywanych w celu skutecznego wprowadzania produktów na rynek lub mogą niekorzystnie wpłynąć na zdolność Grupy do pozyskiwania nowych sprzedawców lub konsumentów na opłacalnych warunkach.

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



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

### MECHANIZMY KONTROLI I ZAPOBIEGANIA STOSOWANE PRZEZ GRUPĘ W RAMACH STRUKTURY ZAPEWNIENIA ZGODNOŚCI MOGĄ OKAZAĆ SIĘ NIEWYSTARCZAJĄCE, ABY W WYSTARCZAJĄCYM STOPNIU CHRONIĆ GRUPĘ PRZED WSZELKIMI RODZAJAMI RYZYKA PRAWNEGO LUB FINANSOWEGO. INTEGRACJA NIEDAWNO PRZEJĘTYCH PODMIOTÓW W CELU ZAPEWNIENIA ZGODNOŚCI Z TAKIMI STRUKTURAMI JEST CZASOCHŁONNA I ZWIĘKSZA RYZYKO BRAKU ZGODNOŚCI W NASTĘPSTWIE NIEDAWNYCH PRZEJĘĆ

W głównych spółkach operacyjnych Grupy, Allegro.pl i Ceneo.pl, wprowadzono system zarządzania ładem korporacyjnym, ryzykiem i zapewnieniem zgodności, który obejmuje standardy postępowania, zapobiegania korupcji, przestrzegania prawa konkurencji, zapobiegania konfliktom interesów, ochrony informacji i danych, zapobiegania bezprawnej dyskryminacji oraz ochrony własności i know-how spółki Allegro.pl i Ceneo.pl. 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 wewnętrzny działu zapewnienia zgodności i działu prawnego Grupy mogą nie być wystarczające, aby zapobiec wszelkim nieuprawnionym praktykom, naruszeniom prawa, korupcji i oszustwom, w szczególności w zakresie praktyk zakupowych, lub innym negatywnym skutkom nieprzestrzegania przepisów w ramach organizacji Grupy lub przez pracowników Grupy bądź w ich imieniu. Zdolności operacyjne mogą ulec dalszemu ograniczeniu w związku z rosnącymi wymogami regulacyjnymi, które zostaną nałożone na Grupę na mocy obecnie negocjowanych przepisów unijnych oraz w związku z rozszerzeniem działalności Grupy. Wszelkie uchybienia w zakresie zapewnienia zgodności z przepisami mogą zaszkodzić reputacji Grupy i mieć istotny negatywny wpływ na jej działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne.

Celem Grupy jest stosowanie systemu zarządzania ładem korporacyjnym, ryzykiem i zapewnieniem zgodności we wszystkich spółkach operacyjnych Grupy. Jednocześnie Grupa zdaje sobie jednak sprawę, że w przypadku przejmowanych spółek lub przedsięwzięć wprowadzenie tego systemu zarządzania wymaga zazwyczaj czasu, niezależnie od tego, czy rozpoczyna się od zera, czy też polega na modyfikacji polityk i procedury istniejących wcześniej w przejmowanym podmiocie. Ponadto Grupa zdaje sobie sprawę, że w krótkim okresie czasu, bezpośrednio po dokonaniu przejęcia, rozsądnym rozwiązaniem może być skupienie się na innych priorytetach, takich jak opracowanie skutecznego procesu integracji po połączeniu, pozyskanie kluczowego personelu lub osiągnięcie synergii przynoszących szybkie korzyści, przed przystąpieniem do zapewnienia zgodności w zakresie procedur. W związku z tym, w okresach następujących po dokonaniu istotnego przejęcia, ryzyko związane z uchybieniami w zakresie ład korporacyjnego, zarządzania ryzykiem i ogólnej zgodności z przepisami może na pewien czas wzrosnąć, co może zaszkodzić reputacji Grupy i wywrzeć istotny niekorzystny wpływ na jej działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne.

**NIEKORZYSTNE ORZECZENIA LUB UGODY ZAWARTE W WYNIKU POSTĘPOWAŃ SĄDOWYCH MOGĄ NARAŻIĆ GRUPĘ NA KONIECZNOŚĆ ZAPŁATY ODSZKODOWAŃ PIENIĘŻNYCH ORAZ OGRANICZYĆ ZDOLNOŚĆ GRUPY DO PROWADZENIA DZIAŁALNOŚCI.**

Grupa może być niekiedy stroną pozwów prywatnych, dochodzeń i innych postępowań sądowych wszczętych przez pracowników, dostawców, konkurentów, instytucje państwowe lub inne podmioty. Wyniki wszelkich tego typu sporów, dochodzeń i innych postępowań prawnych są z natury rzeczy nieprzewidywalne. Wszelkie roszczenia przeciwko Grupie, niezależnie od tego, czy są one zasadne, czy nie, mogą być czasochłonne, prowadzić do kosztownych postępowań sądowych, szkodzić reputacji Grupy, wymagać od kierownictwa poświęcenia znacznej ilości czasu oraz pochłaniać duże zasoby. Jeżeli w którymkolwiek z tych postępowań sądowych zapadłoby rozstrzygnięcie niekorzystne dla Grupy lub jeżeli Grupa zawarłaby ugodę, mogłaby być ona narażona na konieczność zapłaty odszkodowania pieniężnego lub ograniczenie możliwości prowadzenia działalności, co mogłoby mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

**INTERPRETACJA 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 akcjonariuszy, 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 różnych postępowań prawnych, których Grupa jest lub może być stroną w związku z prowadzoną przez siebie działalnością, może stać się mniej przewidywalny niż obecnie. Grupa nie może zapewnić, że jej sposób interpretacji polskich przepisów i regulacji nie zostanie zakwestionowany, a ewentualne skuteczne zakwestionowanie mogłoby skutkować nałożeniem grzywien lub kar pieniężnych lub mogłoby wymagać od Grupy wprowadzenia zmian w stosowanych przez nią praktykach, co mogłoby mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

**INTERPRETACJA LUKSEMBURSKIEGO PRAWA I PRZEPISÓW MOŻE BYĆ NIEJEDNOZNACZNA, A PRZEPISY TE MOGĄ ULEC ZMIANIE.**

Jako że zarówno Spółka, jak i 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 INTELEKTUALNEJ 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 współlistnienie w odniesieniu do określonych krajów lub sytuacji. Grupa zarejestrowała również wybrane nazwy domen internetowych dla niektórych swoich jednostek operacyjnych. Nazwy domen są na ogół regulowane przez organy regulujące rynek internetowy i podlegają również prawom dotyczącym znaków towarowych oraz innym powiązanym prawom obowiązującym w poszczególnych krajach. Jeżeli Grupa nie będzie posiadać lub nie będzie w stanie uzyskać lub utrzymać na rozsądnych warunkach możliwości korzystania ze swoich znaków towarowych lub głównej marki własnej w danym kraju, lub możliwości korzystania ze swojej nazwy domeny lub jej rejestracji, może być zmuszona do poniesienia znaczących dodatkowych kosztów w celu wprowadzenia 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. Organ regulacyjny może 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 naruszeniu, przywłaszczeniu lub innemu pogwałceniu 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 pochłonięciem wysiłki personelu technicznego i zarządzającego Grupy.

Ponadto Grupa otrzymywała w przeszłości i przewiduje, że będzie otrzymywać w przyszłości zawiadomienia zawierające zarzuty, że pewne elementy zamieszczane na stronach internetowych Grupy lub sprzedawane za ich pośrednictwem naruszają prawa autorskie, znaki towarowe i nazwy handlowe osób trzecich lub inne prawa własności intelektualnej bądź inne prawa własności. Właściciele marek i treści oraz inni właściciele praw autorskich aktywnie dochodzą swoich rzekomych praw, występując przeciwko spółkom internetowym, w tym Allegro. Oprócz sporów sądowych z właścicielami praw Grupa może być przedmiotem postępowań i kar o charakterze regulacyjnym, cywilnym lub karnym, jeżeli organy państwowe uznają, że Grupa pomagała w sprzedaży produktów podrobionych lub innych produktów niezgodnych z prawem. Takie roszczenia, bez względu na to, czy są zasadne, czy nie, mogą pociągnąć za sobą znaczące dodatkowe koszty i dekoncentrować kierownictwo.

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

**GRUPA MOŻE BYĆ NARAŻONA NA ODPOWIEDZIALNOŚĆ PRAWNĄ I FINANSOWĄ Z TYTUŁU SPRZEDAŻY PRODUKTÓW NARUSZAJĄCYCH WŁASNOŚĆ INTELEKTUALNĄ I PRAWA DO DYSTRYBUCJI PRZYSŁUGUJĄCE INNYM PODMIOTOM, A TAKŻE Z TYTUŁU INFORMACJI I MATERIAŁÓW ROZPOWSZECHNIANYCH ZA POŚREDNICTWEM JEJ PLATFORM.**

Chociaż regulamin Grupy wyraźnie zabrania sprzedaży podrobionych artykułów lub jakichkolwiek artykułów naruszających prawa własności intelektualnej osób trzecich na jej platformie, a ponadto wprowadziła ona rozwiązania mające na celu wykluczenie towarów i usług, które zostały uznane za sprzeczne z jej regulaminem, nie jest ona w stanie wykryć i usunąć każdego artykułu, który może naruszać prawa własności intelektualnej osób trzecich. W efekcie Grupa otrzymała w przeszłości i przewiduje, że będzie otrzymywać w przyszłości skargi, w których zarzuca się, że pewne przedmioty wystawiane lub sprzedawane za pośrednictwem platformy Grupy naruszają prawa autorskie, znaki towarowe lub inne prawa własności intelektualnej osób trzecich. Właściciele treści i inni właściciele praw własności intelektualnej aktywnie dochodzą swoich praw, występując przeciwko spółkom internetowym, w tym Grupie. Grupa podjęła kroki zmierzające do podjęcia współpracy z właścicielami praw własności intelektualnej w celu wyeliminowania artykułów wystawionych na jej platformie handlowej, co do których istnieje podejrzenie, że naruszają te prawa. Zasady Grupy zabraniają sprzedaży towarów, które mogą naruszać prawa własności intelektualnej stron trzecich, a Grupa może zawiesić konto każdego sprzedawcy, który narusza prawa własności intelektualnej takich stron. Pomimo tych działań niektórzy właściciele praw własności intelektualnej mogą uznać wysiłki Grupy za niewystarczające, a sama Grupa przewiduje, że w dalszym ciągu będzie otrzymywać od właścicieli treści i własności intelektualnej roszczenia prawne dotyczące naruszenia ich praw, co może skutkować zasądzeniem od Grupy znacznych kwot pieniężnych, kar lub nakazów sądowych o dużej wartości.

Poprzez uruchomienie Allegro Fulfillment Grupa wkacza również w nowy obszar możliwych naruszeń praw własności intelektualnej wynikających ze sprzedaży towarów podrobionych lub naruszających prawa własności intelektualnej osób trzecich. Podobnie jak w przypadku wyżej wymienionych możliwych naruszeń związanych ze sprzedażą tych towarów na platformie, pomimo wyraź-

nego zaznaczenia w odpowiednich warunkach, że takie praktyki są zabronione oraz posiadania odpowiednich procesów i rozwiązań zapobiegających tym praktykom, Grupa nie jest w stanie wykryć i usunąć każdego przedmiotu, który może naruszać prawa własności intelektualnej osób trzecich podczas świadczenia usługi Allegro Fulfillment. Pomimo tych działań niektórzy właściciele praw własności intelektualnej mogą uznać wysiłki Grupy za niewystarczające, a sama Grupa przewiduje, że w dalszym ciągu będzie otrzymywać od właścicieli treści i własności intelektualnej roszczenia prawne dotyczące naruszenia ich praw, co może skutkować zasądzeniem od Grupy znacznych kwot pieniężnych, kar lub nakazów sądowych o dużej wartości. Należy również zauważyć, że zasadniczo obszar usług typu fulfillment jest wciąż nowy z punktu widzenia prawa i może podlegać zmieniającym się trendom w orzecznictwie i ustawodawstwie.

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

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

#### ZMIANY W 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. tzw. ukryte dywidendy), 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 grzywien 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 Raportu, 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 uchyleńiom. Brak ugruntowanych regulacji skutkuje ich niejasną i niespójną wykładnią, co z kolei prowadzi do niepewności i sprzeczności w ich stosowaniu.

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

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

Z uwagi na fakt, że nie można wykluczyć ewentualnych sporów z 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 cel), mogą w każdej chwili zostać przedmiotem kontroli i dochodzenia organów podatkowych, a w ciągu pięciu lat od końca roku, w którym podatek stał się należny, mogą zostać nałożone dodatkowe zobowiązania podatkowe wraz z odsetkami karnymi i karami. 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 perspektywę 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.

#### ZMIENIONY SYSTEM PODATKU U ŹRÓDŁA (WHT) W POLSCE.

Od 2019 r. w Polsce obowiązuje nowy mechanizm pobrania i zwrotu podatku (pay & refund), jednak jego stosowanie zostało zawieszona przez Ministerstwo Finansów. Od 2022 r. mechanizm ten, po pewnych zmianach, wszedł w życie w pełnym zakresie.

Mechanizm ma zastosowanie do płatności pasywnych (dywidend, odsetek i należności licencyjnych) dokonywanych na rzecz powiązanych podmiotów zagranicznych, których wartość przekracza 2 mln PLN rocznie (po zsumowaniu dla każdego odbiorcy). Nadwyżka ponad tę kwotę podlega standardowej stawce podatku u źródła w wysokości 19%/20%. Płatnik jest zobowiązany do potrącenia podatku i odprowadzenia go do urzędu skarbowego. Jeżeli dana płatność kwalifikuje się do zwolnienia (np. na podstawie Dyrektywy Parent-Subsidiary lub Dyrektywy Interest & Royalties) lub obniżonej stawki podatku u źródła na podstawie umowy o unikaniu podwójnego opodatkowania, w szczególności taka płatność jest dokonywana na rzecz jej rzeczywistego beneficjenta, podatnik lub w określonych przypadkach płatnik podatku może ubiegać się o zwrot podatku u źródła.

Ponieważ przepisy te są dość ogólne i niejasne, Ministerstwo Finansów pracuje obecnie nad oficjalnymi wyjaśnieniami, które mają być gotowe w I kwartale 2022 r. Brzmienie uwag będzie miało kluczowe znaczenie dla zrozumienia koncepcji beneficjenta rzeczywistego.

Nowe zasady mogą mieć zastosowanie do wypłaty odsetek i dywidend w ramach Grupy i mogą – przynajmniej przejściowo – zwiększyć koszty odsetkowe ponoszone przez Allegro.pl i Ceneo.pl. Potencjalna odmowa zwrotu podatku u źródła może mieć jednak istotny negatywny wpływ na sytuację finansową Grupy poprzez zwiększenie kosztów finansowania zewnętrznego.

### PODATKI OD USŁUG CYFROWYCH ZOSTAŁY ZAPROPONOWANE, CZĘŚCIOWO WDROŻONE I MOGĄ BYĆ ROZSZERZANE PRZEZ POLSKĘ, NIEKTÓRE PAŃSTWA CZŁONKOWSKIE UE, UNIĘ EUROPEJSKĄ LUB OECD, A TAKŻE MOŻLIWE JEST NAŁOŻENIE INNYCH PODATKÓW NA SEGMENT E-COMMERCE LUB PLATFORMY E-COMMERCE.

Organy podatkowe na całym świecie dokonują obecnie analizy właściwego opodatkowania spółek działających w sektorze e-commerce i/lub gospodarki cyfrowej. Istnieje prawdopodobieństwo, że w przyszłości państwa mogą próbować nakładać na działalność Grupy nowe podatki od usług cyfrowych lub podatki od sprzedaży, bądź wprowadzać dodatkowe podatki dochodowe lub inne podatki związane z działalnością Grupy.

Komisja Europejska miała opublikować wniosek w sprawie opłaty cyfrowej, która pomogłaby UE opodatkować gospodarkę cyfrową i wesprzeć budżet UE oraz zaciągnięcie pożyczek w związku z wydatkami związanymi z COVID-19. Jednak ze względu na postępy w negocjacjach w ramach inicjatywy OECD Inclusive Framework, opłata cyfrowa i inne rozważane podatki od usług cyfrowych (DST) w UE zostały wstrzymane. Obecnie 141 krajów prowadzi negocjacje w sprawie I Filaru, w którym dokonuje się ponownego podziału praw do opodatkowania, oraz II filaru, w którym ustanawia się ramy dla minimalnego opodatkowania. Założenia I Filaru ma zastąpić konieczność stosowania podatków DST.

Poprzednio I Filar był systemem mającym na celu opodatkowanie firm cyfrowych. Jednak ze względu na trwające negocjacje zakres ten został obecnie zmniejszony i obejmuje 100 największych przedsiębiorstw wielonarodowych. W ramach negocjacji I Filaru kraje, które wdrożyły DST lub podobny środek, zawiesiły te podatki. Największe ryzyko polega na tym, że państwa członkowskie OECD nie uzgodnią ostatecznej wersji I Filaru lub że nie wszystkie państwa członkowskie wdrożą I Filar do prawa krajowego. Doprowadziłoby to do ponownego wprowadzenia obecnie zawieszonych podatków DST, takich jak te we Francji i Włoszech, a także do ponownego złożenia przez UE wniosku dotyczącego opłaty cyfrowej.

OECD dąży do osiągnięcia ostatecznego porozumienia w sprawie I Filaru do końca II kwartału 2022 roku. UE ze swej strony przedstawiła już propozycję przekierowania zysków z I Filaru do budżetu UE. Ogólnie rzecz biorąc, były to bardzo pożądane zmiany.

W lutym 2021 r. polskie Ministerstwo Finansów przedstawiło własną, szczegółową propozycję przepisów przewidujących opodatkowanie m.in. usług reklamy cyfrowej, jednak i te prace zostały zawieszono z uwagi na toczący się kompromis OECD. 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 byłiby 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 Grupa ogłosiła plan przejścia grupy Mall/WE|DO, która prowadzi działalność w pięciu nowych dla Grupy krajach i ponosi straty podatkowe w większości jurysdykcji, w których prowadzi działalność. W niektórych projektach podatków od usług cyfrowych przewidziano ochronę przed dodatkowymi obciążeniami podatkowymi dla grup niezależnych ze względu na ich stosunkowo niskie obroty lub niską rentowność. Po przyłączeniu się Grupy Mall do Grupy, wszelkie tego typu zabezpieczenia zawarte w jakichkolwiek przyszłych regulacjach tego rodzaju, które mogą wejść w życie, będą prawdopodobnie nieskuteczne, gdy przepisy te zostaną zastosowane w odniesieniu do wyników finansowych całej Grupy.

W rezultacie, ewentualne nałożenie podatków od usług cyfrowych lub podobnych może w istotny sposób pogorszyć wyniki finansowe działalności Grupy Mall, która ma zostać przejęta.

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 głównie na rynku krajowym, jest nieuzasadnione, jednak nie może zapewnić, że jej wysiłki zmierzające do przekonania odpowiednich organów ustawodawczych w Unii Europejskiej lub w Polsce 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 któregośkolwiek z tych zdarzeń, samodzielnie lub łącznie, może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

### WZMOŻONY NACISK ZE STRONY WŁAŚCIWYCH ORGANÓW PODATKOWYCH NA KWESTIE ZWIĄZANE Z TRANSAKcjAMI Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI MOŻE SPOWODOWAĆ, ŻE ZASADY STOSOWANE PRZEZ GRUPĘ BĘDĄ PRZEDMIOTEM BARDZIEJ WNIKLIVEJ ANALIZY, A GRUPA MOŻE BYĆ NARAŻONA NA KONTROLE PODATKOWE I TRUDNOŚCI ZWIĄZANE Z TAKIMI TRANSAKcjAMI.

Zawierając i realizując transakcje z podmiotami powiązanymi, Grupa dba w szczególności o to, aby transakcje te były zgodne z obowiązującymi przepisami dotyczącymi cen transferowych. Niemniej jednak, ze względu na szczególny charakter transakcji z podmiotami powiązanymi, złożoność i niejednoznaczność przepisów prawnych regulujących metody badania stosowanych cen, jak też trudności w zidentyfikowaniu porównywalnych transakcji do celów odniesień, nie można zapewnić, że poszczególne spółki grupy nie zostaną poddane kontrolom lub innym czynnościom dochodzeniowym podejmowanym przez organy podatkowe. Organy podatkowe mogą mieć odmienne zdanie na temat przestrzegania przez Grupę zasad ustalania cen transferowych i mogą próbować zakwestionować 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 uzyskanych interpretacji podatkowych, organy podatkowe wciąż mogą usiłować zakwestionować to, co się następnie wydarzy (lub wydarzyło), jako niezgodne z faktami opisanymi przez Grupę w celu uzyskania interpretacji podatkowych i w związku z tym podważyć ochronę podatkową, jaka mogłaby wynikać z takich interpretacji. Interpretacje podatkowe, które dotyczą spraw objętych przepisami GAAR lub zakwestionowanych na ich podstawie, nie są wiążące i nie będą chronić podatnika lub płatnika przed negatywnymi konsekwencjami podatkowymi. Gdyby polskie organy podatkowe skutecznie zakwestionowały stosowanie niektórych interpretacji podatkowych, na których opierała się Grupa, mogłoby to mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.

## 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, PODOBNIEM JAK WSZELKIE PRZYSZŁE KONTROLE PODATKOWE, WIĄZAĆ SIĘ Z DODATKOWYMI KOSZTAMI DLA GRUPY.

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

W ostatnim okresie polskie organy podatkowe koncentrowały się m.in. na rozliczeniach z tytułu podatku dochodowego od osób prawnych, w tym podatku u źródła, oraz cenach transferowych, zwracając szczególną uwagę na wszelkie działania związane z restrukturyzacją grupy kapitałowej, rozliczeniami wewnątrzgrupowymi, nowymi lub innowacyjnymi ofertami i ich warunkami, a także finansowaniem dłużnym.

Grupa przeprowadza dogłębną, szczegółową analizę prawną i podatkową przed przeprowadzeniem działań restrukturyzacyjnych i transakcji oraz wprowadzeniem innowacyjnych ofert. Ponadto w miarę możliwości Grupa uzyskuje indywidualne interpretacje podatkowe potwierdzające poprawność planowanego lub przyjętego traktowania podatkowego czynności opodatkowanych.

W związku z tym zdaniem Grupy wszystkie transakcje zrealizowane w przeszłości zostały poprawnie zaklasyfikowane do celów podatkowych, w szczególności zgodnie z obowiązującymi przepisami prawnymi i podatkowymi.

Obecnie 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. Początkowy 3-miesięczny termin zakończenia tych kontroli był kilkakrotnie przesuwany i obecnie oczekuje się, że kontrole zostaną zakończone do końca lutego 2022 roku. W obecnym otoczeniu podatkowym Grupa nie może wykluczyć ryzyka, że organy podatkowe (np. w trakcie wspomnianych kontroli podatkowych) przyjmą inne podejście do sposobu ujmowania kwestii podatkowych niż to, które zostało przyjęte przez Grupę. Jeżeli w trakcie kontroli Grupa uzyska informacje o odmiennym podejściu organów podatkowych do jednego lub większej liczby zagadnień, dokona ona ponownej oceny swojego podejścia do kwestii budzących kontrowersje i może stwierdzić, w zależności od oceny zasadności argumentów przedstawionych przez organy podatkowe, że konieczne jest utworzenie rezerw na dodatkowe zobowiązania podatkowe, kary i odsetki, co będzie miało negatywny wpływ na wyniki finansowe Grupy.

Kontrole podatkowe, które często są długotrwałe, mogą zmusić Grupę do zaangażowania swoich zasobów, a w konsekwencji do poniesienia dodatkowych kosztów. Ponadto same wyniki kontroli podatkowych mogą okazać się odmienne od późniejszych rozstrzygnięć sądów administracyjnych (w przypadku zaskarżenia rozstrzygnięć organów podatkowych).

Każda kontrola podatkowa może skutkować ustaleniami, które będą niekorzystne dla Grupy, a w przypadku ich podtrzymania po przeprowadzeniu stosownego postępowania, może mieć istotny niekorzystny wpływ na jej działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne.

## WDROŻENIE UNIJNEGO PAKIETU VAT E-COMMERCE 2021 MOŻE SKUTKOWAĆ DODATKOWYM NARAŻENIEM GRUPY NA RYZYKO PODATKOWE Z UWAGI NA ROZWAŻANE PLANY WPROWADZENIA OBOWIĄZKU STOSOWANIA PRZEZ PLATFORMY HANDLOWE SYSTEMU IMPORT ONE STOP SHOP.

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

Zasady domniemania dostawcy są obowiązkowe w przypadku towarów, które są przechowywane na terytorium UE i wysyłane na terytorium UE przez sprzedawców spoza UE, niezależnie od wartości tych towarów oraz dobrowolne w przypadku towarów, które po złożeniu zamówienia przez kupującego na platformie handlowej są przywożone spoza UE o wartości netto nieprzekraczającej 150 EUR, sprzedawanych na platformie przez sprzedawców z Polski, UE i spoza UE. Dotychczas Grupa nie wdrożyła tego dobrowolnego scenariusza, ponieważ korzyści z systemu Import One Stop Shop nie są gwarantowane i nadal istnieje ryzyko podwójnego opodatkowania.

Po wprowadzeniu nowych przepisów Grupa musi opierać się na informacjach przekazywanych przez sprzedawców do prowadzenia rozliczeń VAT od dokonywanej przez nich sprzedaży. Informacje te mogą zawierać błędy lub mogą okazać się nieprawdziwe. Może to również skutkować dodatkowym narażeniem na ryzyko podatkowe, nawet jeśli Grupa przestrzega przepisów zabezpieczających i przeprowadza kontrole działalności.

Ponadto przepisy te są nadal przedmiotem dalszych dyskusji na szczeblu unijnym, a scenariusz „Import One Stop Shop” może stać się obowiązkowy dla wszystkich platform handlowych. W takiej sytuacji, ponieważ system IOSS jest podatny na nadużycia, istnieje ryzyko podwójnego opodatkowania i będzie wymagał znaczących i czasochłonnych działań w zakresie rozwoju oprogramowania Grupy. Ponadto na szczeblu unijnym toczą się dyskusje na temat obarczenia platform handlowych odpowiedzialnością za pobieranie opłat celnych. Na razie nie są znane żadne szczegóły.

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

Na dzień sporządzenia niniejszego Raportu obecność Grupy w jurysdykcjach poza granicami Polski jest ograniczona. Jej obecność poza granicami kraju wynika z jej własnej działalności detalicznej (w ramach modelu 1P) lub z dokonywania przez jej sprzedawców i/lub konsumentów transakcji transgranicznych (w ramach modelu 3P). Grupa może jednak podlegać różnym formom opodatkowania lub 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 TRANSAKCJI W WYBRANYCH OBSZARACH W OPARCIU O KLAUZULĘ OGÓLNA PRZECIWKO UNIKANIU OPODATKOWANIA.

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

Sposób postępowania zostanie uznany za sztuczny, jeśli na podstawie istniejących okoliczności przyjmie się, że nie 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,

iz 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.

## RYZIKO ZWIĄZANE Z AKCJAMI

**PRZYSZŁA SPRZEDAŻ LUB MOŻLIWOŚĆ PRZYSZŁEJ SPRZEDAŻY ZNACZNEJ LICZBY AKCJI PRZEZ AKCJONARIUSZY MOŻE MIEĆ ISTOTNY NEGATYWNY WPŁYW NA CENĘ RYNKOWĄ AKCJI.**

Znaczący akcjonariusze Spółki, a także Dyrektorzy i Członkowie Kierownictwa Wyższego Szczebla oraz inni członkowie kierownictwa Spółki mogą sprzedawać znaczne ilości posiadanych przez siebie akcji na rynku publicznym. Taka sprzedaż może utrudnić Spółce pozyskanie kapitału poprzez emisję kapitałowych papierów wartościowych w przyszłości.

**DYWIDENDY I ZYSKI ZE ZBYCIA AKCJI MOGĄ, W PEWNYCH OKOLICZNOŚCIACH, PODLEGAĆ OPODATKOWANIU W POLSCE W PRZYPADKU ICH OTRZYMANIA LUB UZYSKANIA PRZEZ OSOBY NIEBĘDĄCE POLSKIMI REZYDENTAMI PODATKOWYMI.**

Inwestorzy, którzy nie mają miejsca zamieszkania na terytorium Polski, są zobowiązani do zapłaty podatku wyłącznie od dochodów uzyskanych na terytorium Polski (tj. od dochodów ze źródeł polskich). Dochody uzyskane na terytorium Polski obejmują, między innymi, dochody z papierów wartościowych i pochodnych instrumentów finansowych, które są dopuszczone do publicznego obrotu na terytorium Polski na regulowanym rynku giełdowym, w tym dochody uzyskane ze zbycia tych papierów wartościowych lub pochodnych instrumentów finansowych, oraz z realizacji praw wynikających z któregośkolwiek z powyższych. Z uwagi na fakt, że akcje są przedmiotem obrotu na GPW, dywidendy i zyski ze zbycia Akcji mogą, w pewnych okolicznościach, podlegać opodatkowaniu w Polsce w przypadku ich otrzymania lub uzyskania przez osoby niebędące polskimi rezydentami podatkowymi. Dotyczy to przede wszystkim sytuacji, gdy pomiędzy Polską a krajem, w którym inwestor jest rezydentem podatkowym, nie ma zastosowania zwolnienie lub umowa o unikaniu podwójnego opodatkowania.

## 2.3. Kwestie regulacyjne

### WPROWADZENIE

Działalność Grupy podlega licznym przepisom prawa, zasadom i regulacjom kształtowanym zarówno przez prawodawstwo unijne, jak i polskie. Wymogi regulacyjne, którym podlega działalność Grupy, mogą ulegać zmianom ze względu na ich ciągłe dostosowywanie na poziomie krajowym, europejskim i międzynarodowym. W latach 2020 i 2021 opublikowano szereg projektów aktów prawnych, które będą miały ogólny wpływ na gospodarkę cyfrową i sektor e-commerce. Dyskusje dotyczące regulacji na szczeblu unijnym i krajowym koncentrują się w dużej mierze na platformach internetowych i serwisach sprzedaży online (projekt Aktu o usługach cyfrowych, projekt Ogólnego rozporządzenia w sprawie bezpieczeństwa produktów) i mogą skutkować nałożeniem dodatkowych obowiązków i kosztów (np. opodatkowanie usług cyfrowych). Ponadto unijni prawodawcy zastanawiają się nad uregulowaniem innych kwestii istotnych dla branży, takich jak dotacje z państw trzecich, wymiana danych między przedsiębiorstwami i między przedsiębiorstwami a władzami publicznymi, funkcjonowanie platform, zrównoważony charakter produktów i wiele innych.

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 są wyczerpujące oraz nie stanowią całościowego ani pełnego opisu wymogów regulacyjnych i prawnych obowiązujących w danej jurysdykcji.

### NOWELIZACJA DYREKTYWY O USŁUGACH CYFROWYCH ORAZ PROJEKT AKTU O USŁUGACH CYFROWYCH I PROJEKT AKTU O RYNKACH 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. Zaproponowano bardziej rygorystyczne narzędzia egzekwowania przepisów, w tym sankcje finansowe do wysokości 6% rocznego obrotu. W trakcie prac legislacyjnych dodano kolejne przepisy odnoszące się w szczególności do odpowiedzialności platform handlu internetowego za towary osób trzecich sprzedawane za ich pośrednictwem.

Akt o rynkach cyfrowych – wprowadza obowiązki i ograniczenia dotyczące niektórych praktyk biznesowych dla „platform pełniących rolę strażników dostępu”, takie jak zakaz łączenia danych pomiędzy usługami platformy pełniącej rolę strażnika dostępu z danymi osób trzecich, danymi użytkowników za ich zgodą, zakaz stosowania praktyk faworyzowania własnych produktów lub usług, zakaz ograniczania dostępu użytkowników biznesowych do prawa użytkowników oraz użytkowników biznesowych do sprzedaży poza platformą (niższe ceny), ograniczenia w łączeniu usług, obowiązki w zakresie udostępniania danych oraz ograniczenia w wykorzystywaniu danych.

[9] Wniosek dotyczący rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie jednolitego rynku usług cyfrowych (akt o usługach cyfrowych) i zmieniającego dyrektywę 2000/31/WE.

[10] Wniosek dotyczący rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie w sprawie kontestowalnych i uczciwych rynków w sektorze cyfrowym



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.

Oczekuje się, że oba procesy legislacyjne zostaną zakończone w II kwartale 2022 r., ale mogą się przedłużyć, jeżeli nie uda się osiągnąć konsensusu. Powyższe akty prawne zaczną obowiązywać nie wcześniej niż w 2023 roku.

## PRACE NAD NOWYMI UNIJNYMI RAMAMI PRAWNYMI DLA SZTUCZNEJ INTELIGENCJI

W kwietniu 2021 r. Komisja Europejska opublikowała projekt rozporządzenia w sprawie ustanowienia zharmonizowanych zasad dotyczących sztucznej inteligencji. We wniosku zdefiniowano sztuczną inteligencję; zakazano stosowania niektórych systemów SI postrzeganych jako inwazyjne lub manipulacyjne; określono wymogi dla systemów SI wysokiego ryzyka oraz zasady wprowadzania systemów SI na rynek UE i do użytku. Przewiduje ono obowiązki w zakresie przejrzystości w odniesieniu do niektórych systemów SI oraz określa zasady monitorowania rynku i nadzoru, w tym sankcje w wysokości do 30 000 000 lub do 6% całkowitego rocznego światowego obrotu za poprzedni rok obrotowy. Jako zastosowania wysokiego ryzyka postrzegane jest m.in. wykorzystanie systemów SI do oceny zdolności kredytowej, w kontekście zatrudnienia oraz identyfikacji biometrycznej.

Wniosek, jeśli zostanie przyjęty w kształcie zaproponowanym przez KE, będzie oznaczał konieczność dokładnej oceny wykorzystywanych algorytmów SI w spółce, wzmógł utrzymywania systemów zarządzania ryzykiem dla aplikacji wysokiego ryzyka, szereg wymogów w zakresie zarządzania danymi, sprawozdawczości i dokumentacji. Spowodują one wzrost kosztów zapewnienia zgodności z przepisami oraz – biorąc pod uwagę nowe ramy i niejasne definicje – mogą wprowadzić niepewność związaną z wykorzystaniem SI.

## 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. Kary za naruszenie przepisów RODO mogą być znaczące i zależne od okoliczności danego naruszenia. W najgorszym przypadku mogą one sięgać nawet 4% obrotów Grupy. Ponadto organ nadzorczy może ograniczyć dalsze wykorzystywanie przedmiotowych danych, co może mieć potencjalny wpływ na działalność Grupy. Na poziomie lokalnym uzupełnieniem RODO są akty prawa miejscowego.

Poniższe punkty ilustrują wybrane obszary ochrony prywatności danych, które mają szczególne znaczenie w sektorze e-commerce:

- **Reklama z wykorzystaniem poczty elektronicznej:** Z pewnymi wyjątkami reklamy przesyłane pocztą elektroniczną (np. newslettery, rekomendacje produktów lub ogłoszenia o sprzedaży) mogą być wysyłane wyłącznie do adresatów, którzy udzieliłi na to wcześniej wyraźnej zgody. Unijne przepisy regulujące kwestię marketingu mailowego zawarte są w RODO oraz, funkcjonującej jako lex specialis w stosunku do RODO, tzw. Dyrektywie o e-prywatności (dyrektywa 2002/58/WE z późn. zm.). Ogólna zasada wynikająca z Dyrektywy o e-prywatności stanowi, że wykorzystanie poczty elektronicznej do celów marketingu bezpośredniego jest dozwolone wyłącznie w odniesieniu do abonentów lub użytkowników (danych publicznych usług łączności elektronicznej), którzy uprzednio wyrazili na to zgodę (wybrali taką możliwość). Zasady te mogą ulec dalszym zmianom, ponieważ obecnie trwa przegląd Dyrektywy o e-prywatności.

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

## CYBERBEZPIECZEŃSTWO

System cyberbezpieczeństwa w UE został zharmonizowany na mocy Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/1148 z dnia 6 lipca 2016 r. w sprawie środków na rzecz wysokiego wspólnego poziomu bezpieczeństwa sieci i systemów informatycznych na terytorium Unii („Dyrektywa NIS”), która weszła w życie 8 sierpnia 2016 r. Dyrektywa NIS nakłada na „operatorów usług kluczowych” w sektorach infrastruktury krytycznej, takich jak sektor energetyczny, transportowy lub bankowy, jak również na „dostawców usług cyfrowych” (np. internetowe platformy handlowe), obowiązek dokładnego przeglądu istniejących mechanizmów bezpieczeństwa sieci, wdrożenia „najnowocześniejszych” środków bezpieczeństwa, które zapewnią poziom bezpieczeństwa ich infrastruktury dostosowany do ryzyka, na jakie narażony jest dany podmiot, jak również ustanowienia odpowiednich środków powiadomiania w celu niezwłocznego zawiadomiania właściwych organów o wszelkich incydentach mających istotny wpływ na usługi oferowane w Unii Europejskiej.

Uzupełnieniem dyrektywy NIS jest Rozporządzenie wykonawcze Komisji (UE) 2018/151 z dnia 30 stycznia 2018 r. ustanawiające zasady stosowania tej dyrektywy do dalszego doprecyzowania elementów, jakie mają być uwzględnione przez dostawców usług cyfrowych w kontekście zarządzania istniejącymi ryzykami w zakresie bezpieczeństwa sieci i systemów informatycznych, oraz parametrów służących do określenia, czy dany incydent ma istotny wpływ.

Dyrektywa NIS została wdrożona w Polsce na mocy ustawy z dnia 5 lipca 2018 r. o krajowym systemie cyberbezpieczeństwa, która określa szczegółowe obowiązki w ramach dyrektywy NIS oraz przewiduje kary za naruszenia, które mogą być nakładane przez polskiego Ministra Cyfryzacji.

O ile potencjalne kary za poszczególne naruszenia w normalnych warunkach nie przekraczają 20 000 PLN za każde naruszenie, o tyle w mało prawdopodobnym przypadku stwierdzenia notorycznych naruszeń przepisów przez Grupę, które mogą skutkować:

- bezpośrednim i poważnym zagrożeniem cyberbezpieczeństwa dla obronności, bezpieczeństwa państwa, bezpieczeństwa i porządku publicznego lub życia i zdrowia ludzi; lub
- zagrożeniem spowodowania poważniejszej 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. Zakończenie prac nad wnioskiem ma nastąpić w III kwartale 2022 r.

## OCHRONA KONKURENCJI I KONSUMENTÓW

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

### OCHRONA KONKURENCJI

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

### OCHRONA KONSUMENTÓW

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

### 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 abuzywnych i/lub (ii) nakazać przedsiębiorcy usunięcie skutków naruszenia. Dodatkowo jeśli spółka nie zastosuje się do decyzji Prezesa UOKiK, Prezes UOKiK może nałożyć na nią karę pieniężną w wysokości do 10 000 EUR (ok. 46 148 PLN) za każdy dzień zwłoki.

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

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

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

Prezes UOKiK może we wszystkich postępowaniach nałożyć na spółkę karę pieniężną w wysokości do 50,0 mln EUR (ok. 230,7 mln PLN) za nieudzielenie informacji, udzielenie nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd informacji lub za brak współpracy podczas kontroli lub dochodzeń prowadzonych przez Prezesa UOKiK w związku z postępowaniem.

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

Grupa może być narażona na roszczenia odszkodowawcze z powództwa cywilnego w związku z domniemanym lub faktycznym naruszeniem prawa o ochronie konkurencji lub konsumentów. Postępowanie odszkodowawcze może być wszczęte na podstawie samodzielnego powództwa lub na podstawie powództwa będącego następstwem decyzji o egzekwowaniu na drodze publicznej, np. decyzji Prezesa UOKiK lub KE.

Aby zapewnić skuteczną egzekucję takich roszczeń, w ostatnich latach w całej Unii Europejskiej opracowywano ramy prawne w zakresie egzekwowania prawa na drodze prywatnoprawnej w celu m.in. wprowadzenia dyrektywy harmonizującej przepisy dotyczące wielu kwestii pojawiających się w roszczeniach o naprawienie szkody spowodowanej naruszeniem zasad konkurencji oraz wprowadzenia mechanizmów zbiorowego dochodzenia roszczeń. Ramy te mają na celu wzmocnienie pozycji osób prywatnych występujących z roszczeniami o odszkodowanie poprzez usunięcie przeszkód materialnych i proceduralnych utrudniających im udowodnienie naruszenia i uzyskanie odszkodowania.

### POTENCJALNE PLANOWANE ZMIANY USTAWY O OCHRONIE KONKURENCJI I KONSUMENTÓW

- 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.

### PRZEPISY DOTYCZĄCE KREDYTÓW KONSUMENCKICH

Przepisy dotyczące kredytu konsumenckiego są obecnie przedmiotem zmian zarówno na poziomie polskim, jak i unijnym. Trwają prace nad opublikowanym 30 czerwca przeglądem unijnej dyrektywy o kredycie konsumenckim. Wniosek wprowadza szereg dodatkowych wymogów w zakresie sprawozdawczości, obowiązków w zakresie informacji udzielanych przed zawarciem umowy oraz limitów stóp procentowych. Państwa członkowskie przyjmują sankcje w wysokości do 4% obrotu wierzyciela dopuszczającego się naruszenia w danym państwie członkowskim. Dotyczyć to będzie wszystkich kredytów konsumenckich bez względu na kwotę i okres kredytowania (usunięto kwoty minimalne, a także wyłączenie dla kredytów krótkoterminowych).

We wrześniu 2021 roku polski rząd opublikował projekt ustawy antylichwiarskiej. Zakłada on m.in. obniżenie limitów pozaodsetkowych kosztów kredytów konsumenckich, nadzór Komisji Nadzoru Finansowego nad sektorem pożyczkowym oraz zakaz udzielania pożyczek ze środków pochodzących z emisji obligacji i crowdfundingu pożyczkowego. Projekt wprowadza przedumowny obowiązek uzyskiwania i weryfikowania przez podmioty udzielające kredytów konsumenckich informacji o dochodach i wydatkach konsumentów, niezależnie od kwoty kredytu i jego przeznaczenia. Zwiększa też wymagania dokumentacyjne względem klientów – np. dokumenty od pracodawcy, wyciągi bankowe. Przyjęcie projektu w obecnym kształcie może wpłynąć na proces oceny zdolności kredytowej przez Allegro Pay i mieć negatywny wpływ na konwersję. Projekt został ostro skrytykowany przez sektor i oczekuje się, że zostanie zmieniony w ramach procesu legislacyjnego.

[11] Wniosek dotyczący Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie kredytów konsumenckich; COM(2021) 347 wersja ostateczna.

## BEZPIECZEŃSTWO PRODUKTÓW

Podmioty prowadzące sprzedaż detaliczną, które wprowadzają produkty do obrotu w Unii Europejskiej, muszą zagwarantować, że produkty te są bezpieczne. Taki jest również cel dyrektywy 2001/95/WE Parlamentu Europejskiego i Rady z dnia 3 grudnia 2001 r. w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów („Dyrektywa w sprawie bezpieczeństwa produktów”), zgodnie z którą producenci muszą wprowadzać do obrotu produkty spełniające ogólny wymóg bezpieczeństwa. Ponadto podmioty te muszą dostarczyć konsumentom informacji niezbędnych do oceny zagrożenia związanego z danym produktem, w szczególności gdy nie jest ono bezpośrednio oczywiste, oraz muszą podejmować środki niezbędne do uniknięcia takiego zagrożenia (np. wycofać produkty z rynku, poinformować konsumentów, wycofać produkty, które już zostały dostarczone konsumentom itd.). W tym kontekście ważne jest, że na mocy Dyrektywy w sprawie bezpieczeństwa produktów – podobnie jak na mocy większości innych europejskich i/lub krajowych przepisów dotyczących bezpieczeństwa produktów – importer (tj. w większości przypadków również sprzedawca detaliczny) produktu, który został wyprodukowany w kraju spoza Unii Europejskiej, jest traktowany jako producent tego produktu.

Zgodnie z Dyrektywą w sprawie bezpieczeństwa produktów dystrybutorzy są zobowiązani do dostarczania produktów zgodnych z ogólnym wymogiem bezpieczeństwa, do monitorowania bezpieczeństwa produktów na rynku oraz do dostarczania niezbędnych dokumentów zapewniających możliwość śledzenia produktów. Jeśli producent lub dystrybutor stwierdzi, że dany produkt jest niebezpieczny, musi on powiadomić właściwe organy i, w razie konieczności, podjąć z nimi współpracę.

W Polsce Dyrektywa w sprawie bezpieczeństwa produktów została wdrożona na mocy ustawy z dnia 12 grudnia 2003 r. o ogólnym bezpieczeństwie produktów oraz nowelizacji Kodeksu cywilnego z dnia 23 kwietnia 1964 r. Dalsze szczegółowe przepisy są określone w różnych ustawach i rozporządzeniach rządowych dotyczących bezpieczeństwa określonych produktów/grup produktów.

Warto odnotować, że w czerwcu 2021 roku Komisja Europejska opublikowała zmiany zasad dotyczących bezpieczeństwa produktów. Projekt wzmacnia prawa konsumentów na jednolitym rynku UE, który uległ przemianom w wyniku digitalizacji i pandemii COVID-19. Przeciwdziała zagrożeniom związanym z zakupami w internecie, wprowadzając zasady bezpieczeństwa produktów dla platform handlu internetowego. Ma na celu zapewnienie, aby wszystkie produkty docierające do konsumentów w UE, za pośrednictwem kanałów internetowych lub pozainternetowych, były bezpieczne, niezależnie od tego, czy pochodzą z UE, czy spoza niej, oraz aby niebezpieczne produkty były wycofywane z rynku. Projekt będzie miał istotny wpływ na funkcjonowanie platformy handlowej Allegro, centrum realizacji zamówień oraz działalność w modelu 1P. Zwiększy obowiązki związane z produktami, w tym w zakresie usuwania niebezpiecznych produktów, dostępu do interfejsów/danych dla organów nadzoru rynku, projektowania interfejsów online, aby umożliwić sprzedawcom podawanie informacji o produktach w ofertach, współpracy w zakresie zapewniania skutecznego wycofywania produktów, organizowania kontroli produktów. Propozowane przepisy przewidują wysokie kary finansowe (4% rocznego obrotu) oraz krótki termin wprowadzenia (6 miesięcy od daty przyjęcia).

## 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

In W ramach pełnienia funkcji operatora pocztowego Grupa będzie podlegała 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.

W kontekście usług pocztowych warto wspomnieć, że w grudniu 2021 roku Komisja Europejska opublikowała projekt dyrektywy w sprawie poprawy warunków pracy za pośrednictwem platform internetowych. Obejmuje on środki mające na celu prawidłowe określenie statusu zatrudnienia osób pracujących za pośrednictwem cyfrowych platform pracy oraz wprowadza nowe prawa zarówno dla pracowników, jak i osób samozatrudnionych w zakresie zarządzania algorytmicznego. Dyrektywa ma na celu poprawę warunków pracy za pośrednictwem platform internetowych oraz wspieranie zrównoważonego rozwoju cyfrowych platform pracy w UE. Chociaż nie dotyczy ona usług pocztowych/kurierskich, może mieć wpływ na stosunki umowne między platformami a operatorami świadczącymi usługi pocztowe/kurierskie.

[12] Wniosek dotyczący rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie ogólnego bezpieczeństwa produktów, zmieniające rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1025/2012 oraz uchylające dyrektywę Rady 87/357/EWG i dyrektywę 2001/95/WE Parlamentu Europejskiego i Rady (COM(2021) 346 wersja ostateczna)

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

## WPROWADZANIE DO OBROTU I UŻYWANIE 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 prekursory materiałów wybuchowych podlegające przepisom prawa dostęp do informacji o ich obowiązkach (art. 7 ust. 3);
- podejmować środki mające na celu pomoc użytkownikom w wypełnianiu obowiązków związanych z weryfikacją (art. 8 ust. 4);
- wdrożyć środki mające na celu wykrywanie podejrzanych transakcji i zgłaszanie prób takich transakcji w ciągu 24 godzin (art. 9 ust. 2 i 4).

Grupa wprowadziła procesy i niezbędne zmiany w warunkach współpracy w celu zapewnienia zgodności z tym rozporządzeniem i polskimi przepisami wykonawczymi.

## USŁUGI PŁATNICZE I WYMOGI W ZAKRESIE PRZECIWDZIAŁANIA PRANIU PIENIĘDZY

Podobnie jak w przypadku wielu innych firm działających w sektorze e-commerce, działalność Grupy jest w dużym stopniu uzależniona od świadczenia usług płatniczych. O ile w przeszłości usługi płatnicze były świadczone przez zewnętrznych dostawców usług płatniczych, o tyle w drugiej połowie 2020 roku Grupa uruchomiła własne usługi płatnicze, w związku z czym obowiązujące przepisy dotyczące usług płatniczych mają bezpośrednie zastosowanie w odniesieniu do Grupy. Spółka Allegro Finance sp. z o.o. jest zarejestrowana jako „mała instytucja płatnicza” („MIP”) i w dniu 30 grudnia 2021 r. złożyła do Komisji Nadzoru Finansowego („KNF”) wniosek o nadanie statusu „krajowej instytucji płatniczej” („KIP”). Złożenie wniosku wynika z faktu przekroczenia przez Allegro Finance w listopadzie miesięcznego limitu wartości transakcji w wysokości 1,5 mln EUR przewidzianego dla MIP. Opis licencji MIP i KIP znajduje się poniżej.

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

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

## 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 oraz dyrektywy 2008/98/WE z dnia 19 listopada 2008 r. w sprawie odpadów, a także późniejsze zmiany do tych dyrektyw. Trwająca obecnie transpozycja powyższych dyrektyw do prawa krajowego w Polsce może spowodować rozszerzenie obowiązków ustawowych grupy Allegro, w postaci zwiększonych obciążeń sprawozdawczych i finansowych.

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 wypełnił zgłoszenia w całości lub nie dostarczył 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.

[14] 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.

### 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 przejścia 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 środowiskowej, społecznej i zarządczej

### 3.1.

### Odpowiedzialność zarządcza, środowiskowa i społeczna

#### 3.1.1

#### STRATEGIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU ALLEGRO.EU NA LATA 2020-2023

CSR i zrównoważony rozwój są strategicznie i kompleksowo zarządzane przez Allegro. Kwestie związane z ochroną środowiska, społeczeństwem i ładem korporacyjnym (ESG) są częścią codziennej działalności biznesowej Allegro, jak również długoterminowych planów strategicznych. Dlatego w 2020 roku opracowana została strategia CSR i zrównoważonego rozwoju Allegro na lata 2020-2023. Określa ona długoterminowe priorytety Allegro w tym zakresie.

Strategia CSR i Zrównoważonego Rozwoju Grupy kontynuuje nasze ważne programy społeczne i edukacyjne, kładąc znaczny nacisk na kwestie środowiskowe. Motto naszej strategii brzmi #SustainableAllTogether („Wszyscy razem dla zrównoważonego rozwoju”), ponieważ poprzez współpracę z klientami, sprzedawcami, partnerami biznesowymi, pracownikami i innymi interesariuszami aktywnie realizujemy Cele 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 napędzają 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.

Długoterminowe cele Grupy w zakresie zrównoważonego rozwoju zakładają pomoc naszym klientom w dokonywaniu odpowiedzialnych wyborów, poprzez eksponowanie i promowanie zrównoważonych produktów dzięki optymalizacji wyszukiwania produktów na Allegro.pl w oparciu o uczciwe i przejrzyste kryteria. Wdrażamy specjalną przestrzeń, która dedykowana jest dla osób poszukujących produktów ekologicznych, ponieważ chcemy ułatwić kupującym znalezienie certyfikowanych produktów 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 dać zarówno sprzedającym, jak i kupującym wiedzę i narzędzia, które pozwolą im na promowanie wykorzystywania zasobów w obiegu zamkniętym w całym łańcuchu wartości. Zamierzamy zachęcać kolejnych sprzedających do stosowania prośrodowiskowych opakowań. Naszych sprzedawców i klientów kształcimy na rozwijającej się platformie e-learningowej Akademia Allegro. Grupa mierzy między innymi swój wpływ na środowisko, prowadzi coroczny monitoring emisji GHG (gazów cieplarnianych) i realizuje program redukcji średniej emisji GHG na GMV.

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu zgodna z wymogami ESEF i dostępna na stronie [www.allegro.eu](http://www.allegro.eu) jest jedyłą wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążącą jest angielska wersja językowa.

Strategia została zatwierdzona i przyjęta przez Radę Dyrektorów. Wyniki jej realizacji są na bieżąco monitorowane, przedstawiane kierownictwu oraz publikowane w rocznym raporcie ESG.

#### 4 filary strategii CSR i zrównoważonego rozwoju Grupy:

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><b>Towarzyszymy naszym klientom w odpowiedzialnych wyborach i zakupach:</b></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><b>Wzmacniamy kwalifikacje i doświadczenie naszych sprzedawców i wspieramy rozwój nowych przedsiębiorców:</b></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><b>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:</b></p> <p>3.1. Inwestujemy w edukację i rozwój umiejętności młodych ludzi</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><b>Tworzymy ambitne, przyjazne i różnorodne miejsce pracy, w którym nasi pracownicy mogą się rozwijać:</b></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 monitorowane każdego miesiąca.

#### Długoterminowy cel zrównoważonego rozwoju dla każdego filaru

Odpowiedzialne zakupy:	Zrównoważone dostawy:	Zazielenienie naszej działalności:	Pracodawca z wyboru dla największych talentów:
ponad 22% wartości ekologicznego handlu online na Allegro w 2024 roku <sup>[15]</sup>	2.5 milionów produktów wysyłanych miesięcznie w zrównoważonych opakowaniach do 2022 r.	dalsza redukcja emisji gazów cieplarnianych.	wskaźnik zaangażowania pracowników na poziomie minimum 75%.

#### Nasze najważniejsze osiągnięcia w 2021 roku:

78,9	wskaźnik rNPS w badaniu satysfakcji klienta <sup>[16]</sup>
+133 tys	profesjonalni sprzedawcy („B2C”) na Allegro
13,5 mln	aktywni kupujący <sup>[17]</sup> na Allegro
1 080 996	unikalni użytkownicy, którzy w 2021 roku odwiedzili platformę e-learningową Akademii Allegro i wzięli udział w co najmniej jednym z 72 dostępnych kursów edukacyjnych
4,3 mln PLN	darowizny przekazane przez Grupę Allegro.eu na rzecz organizacji charytatywnych i społecznych
39,3 mln PLN	zebrane dzięki inicjatywom charytatywnym na Charytatywni.Allegro.pl
87%	pracowników postrzega Allegro jako miejsce pracy, w którym panuje powszechny szacunek, bez względu na płeć, wiek czy inne aspekty różnorodności <sup>[18]</sup>
20%	energii elektrycznej zakupionej w 2021 roku przez Grupę Allegro.eu pochodziła ze źródeł odnawialnych
100 wolontariuszy pracowniczych <sup>[19]</sup> , 400 godzin wolontariatu	pracowników zaangażowanych w nasze projekty charytatywne: Szlachetna Paczka, Mam Swoje Alle i inne

#### ROLA RADY DYREKTORÓW W DZIAŁANIACH NA RZECZ ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU I KLIMATU

Ponieważ zrównoważony rozwój i klimat są kwestiami strategicznymi dla Allegro, odpowiedzialność za określenie strategicznych kierunków w tym obszarze spoczywa na Komitecie Zarządzającym, w skład którego wchodzi Prezes Zarządu i Rada Dyrektorów. Za operacyjne zarządzanie tym obszarem odpowiada Zespół ds. Zrównoważonego Rozwoju, wspierany przez dedykowanych menedżerów i pracowników z różnych działów organizacji.

Zespół zarządzający nadzoruje kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem i klimatem, w szczególności poprzez monitorowanie i nadzorowanie strategii CSR & Zrównoważonego Rozwoju. Jednocześnie, ponieważ ryzyka klimatyczne i środowiskowe podlegają zarządzaniu ryzykiem i Polityce Zarządzania Ryzykiem, wszyscy pracownicy Allegro.eu są odpowiedzialni za identyfikację i raportowanie ryzyka. Rolą Rady Dyrektorów jest nadzorowanie ryzyka korporacyjnego, definiowanie zakresu zarządzania ryzykiem, określanie kierunków rozwoju systemu zarządzania ryzykiem oraz ustalanie poziomów apetytu na ryzyko.

[15] Obejmuje handel etycznymi i przyjaznymi środowisku certyfikowanymi produktami

[16] rNPS – relational net promoter score w IV kwartale 2021 r., wartość w III kwartale 2021 roku wyniosła 78,8. Wskaźnik NPS obsługi klienta za IV kwartał 2021 wyniósł 74,2, a za III kwartał 2021 77,4

[17] Aktywny Kupujący to każdy unikalny adres e-mail powiązany z kupującym, który w ciągu ostatnich dwunastu miesięcy dokonał co najmniej jednego zakupu na Allegro.pl, Allegrolokalnie.pl lub eBilet.pl. Poprzednio dane nie obejmowały eBilet.pl. Wszystkie punkty danych zostały retrospektywnie dostosowane do zmienionej definicji

[18] zgodnie z badaniami BAZA, więcej informacji można znaleźć w sekcji Odpowiedzialne miejsce pracy

[19] Wolontariat korporacyjny (zwany również wolontariatem pracowniczym) to inicjatywy podejmowane w miejscu pracy, w ramach których pracodawcy wspierają lub zachęcają swoich pracowników do wolontariatu na rzecz społeczności lokalnej w ciągu dnia pracy

## Rola kierownicza i przywódcza

### Komitet Zarządzający ds. CSR i Zrównoważonego Rozwoju

- zatwierdzanie kierunków i celów strategicznych oraz rekomendacje zmian/działań
- zatwierdzenie raportów z realizacji Strategii CSR Allegro
- nadzór nad integracją strategii i inicjatyw CSR z celami biznesowymi Allegro
- wybór obszarów priorytetowych i długoterminowe planowanie strategiczne

### Komitet Zarządzający (CEO i Rada Dyrektorów)

## ROLA OPERACYJNA

### MENEDŻEROWIE I PRACOWNICY FIRMY:

- Udział w tworzeniu i aktualizacji strategii
- Zaangażowanie w realizację różnych inicjatyw
- Sprawozdania z postępu prac

### ZESPÓŁ DS. CSR I ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU:

- Koordynowanie wdrażania strategii CSR i Zrównoważonego Rozwoju
- Monitorowanie wyników i postępów w realizacji celów szczegółowych
- Współpraca z zespołami projektowymi w celu realizacji określonych działań/inicjatyw
- Raportowanie wyników poszczególnych działań i ogólnego postępu w realizacji strategii, a także sporządzanie raportów z postępów w realizacji strategii
- Informowanie, zarówno wewnętrzne jak i zewnętrzne, o podjętych działaniach.

Najwyższy organ zarządzający Allegro.eu, Rada Dyrektorów, bierze pod uwagę kwestie ESG podczas wykonywania swoich obowiązków nadzorczych. Kwestie ESG są omawiane na posiedzeniach Rady Dyrektorów. Spółka powołała Komitet Zarządzający ds. CSR i Zrównoważonego Rozwoju, w skład którego wchodzi Szeft działu prawnego (General Counsel), Dyrektor ds. komunikacji oraz Dyrektor ds. bezpieczeństwa (CSO). W skład Komitetu Zarządzającego wchodzi CEO oraz Rada Dyrektorów. Obowiązki Komitetów zostały opisane powyżej. Kwestie ESG są również poruszane na posiedzeniach Zarządu i brane pod uwagę przy podejmowaniu decyzji biznesowych.

Zespół ds. Zrównoważonego Rozwoju i CSR w Allegro.pl składa się z kilkunastu ekspertów w dziedzinie ESG i zrównoważonego rozwoju, wspieranych dodatkowo przez ekspertów ds. relacji inwestorskich, compliance i HR. Zespół ds. Zrównoważonego Rozwoju w ramach obszaru dotyczącego Dostaw obejmuje specjalistów zajmujących się zrównoważonym rozwojem w zakresie usług realizacji zamówień, dostaw i usług logistycznych, w tym na ostatnim etapie dostawy do odbiorcy. Wszyscy ściśle współpracują przy realizacji celów strategii ESG i są również zaangażowani w raportowanie.

## ALLEGRO.PL PRZYSTĘPUJE DO INICJATYWY UN GLOBAL COMPACT („UNGC”)

W 2021 roku Allegro.pl dołączyło do UN Global Compact, inicjatywy Sekretarza Generalnego ONZ, która zrzesza firmy i instytucje, dla których ważny jest zrównoważony rozwój. Przystępując do programu UN Global Compact, firma zobowiązała się do realizacji polityki i globalnych inicjatyw ONZ, koncentrujących się na kwestiach środowiska i przeciwdziałaniu kryzysowi klimatycznemu. Jest to również zobowiązanie do realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju, określonych przez Organizację Narodów Zjednoczonych w Agendzie 2030. Przystąpienie do UN Global Compact jest świadectwem naszego prawdziwego zaangażowania w strategię CSR i Zrównoważonego Rozwoju oraz naszego zobowiązania w zakresie środowiska.

Edukujemy sprzedawców w temacie zrównoważonego rozwoju i wdrażamy agendę klimatyczną w naszym łańcuchu dostaw. Global Compact zrzesza ponad 12 000 firm i 3 000 instytucji z 160 krajów. Allegro dołączyło do dużej międzynarodowej społeczności, dla której dialog dotyczący zrównoważonego rozwoju jest niezwykle ważny.

W 2021 roku Allegro brało udział w pracach Komitetu ds. Standardów Etycznych UN Global Compact Network Poland. Firma była zaangażowana w projekty dotyczące różnorodności i włączenia społecznego, kwestii etycznych oraz dzieliła się dobrymi praktykami. W 2022 roku Allegro zamierza nadal aktywnie działać w Komitecie ds. Standardów Etycznych i Programie Climate Positive w ramach UN Global Compact Network Poland.





**Jako uczestnik UNGC, informujemy o naszych postępach we wdrażaniu 10. Zasad UN Global Compact**

Obszar	Zasady UN Global Compact	Elementy strategii CSR i Zrównoważonego Rozwoju na lata 2020-2023	Podjęte działania
Prawa człowieka	<p><b>Zasada 1:</b> Przedsiębiorstwa powinny przestrzegać i wspierać ochronę międzynarodowo uznanych praw człowieka</p> <p><b>Zasada 2:</b> mNależy eliminować wszelkie przypadki łamania praw człowieka przez firmę</p>	<p>3.5.1. Kodeks Postępowania dla dostawców i partnerów biznesowych Allegro oraz Kodeks Postępowania dla sprzedających</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nasze wewnętrzne regulacje i kodeks postępowania dla dostawców zawierają już zasady UN Global Compact</li> <li>Wdrożyliśmy Politykę Przestrzegania Praw Człowieka Allegro.eu</li> </ul> <p><b>Więcej informacji można znaleźć w sekcji Zgodność z prawami człowieka oraz w sekcji Odpowiedzialne miejsce pracy</b></p>
Praca	<p><b>Zasada 3:</b> Przedsiębiorstwa powinny popierać wolność zrzeszania się i w praktyce uznawać prawo do zbiorowych negocjacji</p> <p><b>Zasada 4:</b> Firmy powinny wspierać eliminację wszelkich form niewolnictwa i pracy przymusowej</p>	<p>4.2. Tworzymy równe szanse w wymagającym środowisku biznesowym</p> <p>4.2.3. Przegląd struktury zarządzania różnorodnością i inkluzywnością/równością szans</p> <p>4.2.4. Szkolenia z zakresu różnorodności i inkluzywności na różnych poziomach kariery</p> <p>4.2.5. Dodatkowy program, który wspiera rozwój zawodowy osób z niepełnosprawnością i/ lub młodzieży z grup defaworyzowanych (np. płatne staże)</p> <p>4.2.6. Powoływanie grup roboczych ds. różnorodności i integracji, w których ludzie mogą dzielić się aktualnymi informacjami, najlepszymi praktykami, doświadczeniami i pomysłami, aby środowisko pracy stało się bardziej różnorodne i sprzyjające inkluzywności</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wprowadziliśmy politykę antydyskryminacyjną i antymobbingową oraz politykę zgłaszania nieprawidłowości</li> <li>Polityka różnorodności została wprowadzona w Allegro w 2020 roku, rozwijamy także temat różnorodności i inkluzywności w miejscu pracy</li> <li>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</li> </ul> <p><b>Więcej informacji na ten temat można znaleźć w kolejnych sekcjach: Poszanowanie praw człowieka; Odpowiedzialne miejsce pracy; Różnorodność w miejscu pracy.</b></p>
	<p><b>Zasada 5:</b> Biznes powinien przyczynić się do faktycznego zniesienia pracy dzieci</p> <p><b>Zasada 6:</b> Przedsiębiorstwa powinny przeciwdziałać dyskryminacji w sferze zatrudnienia</p>		

Obszar	Zasady UN Global Compact	Elementy strategii CSR i Zrównoważonego Rozwoju na lata 2020-2023	Podjęte działania
Środowisko	<p><b>Zasada 7:</b> Przedsiębiorstwa powinny wspierać zapobiegawcze podejście do problemów środowiska naturalnego</p> <p><b>Zasada 8:</b> Firmy powinny podejmować inicjatywy propagujące większą odpowiedzialność środowiskową</p>	<p>1.2. Pomagamy klientom zmniejszyć ślad węglowy związany z procesem dostawy produktów</p> <p>2.4. Wspieramy działania na rzecz klimatu w łańcuchu dostaw i dostawach, np. wprowadzanie opakowań wielokrotnego użytku, zmniejszanie wpływu na środowisko opakowań jednorazowych, pomiar emisji z dostaw</p> <p>3.4. Prowadzimy działania prośrodowiskowe, m.in.: na rzecz ograniczenia emisji związanych z dostawami zamówień z Allegro, zwiększamy efektywność energetyczną i promujemy stosowanie obiegu zamkniętego, rozwijamy system zbierania danych i obliczania wskaźników emisji</p> <p><b>Zasada 9:</b> Firmy powinny wspierać rozwój i upowszechnianie technologii przyjaznych środowisku</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Wprowadzamy coroczny monitoring emisji GHG (gazów cieplarnianych) oraz program redukcji emisji dwutlenku węgla</li> <li>Wdrażamy specjalną przestrzeń, która dedykowana jest dla osób poszukujących produktów ekologicznych, ponieważ chcemy ułatwić kupującym znalezienie certyfikowanych produktów oraz promować sprzedawców w tym segmencie rynku</li> <li>Naszym celem jest podnoszenie świadomości na temat najlepszych praktyk w zakresie opakowań i logistyki zgodnych z zasadami zrównoważonego rozwoju. Chcemy dać zarówno sprzedającym, jak i kupującym wiedzę i narzędzia, które pozwolą im na promowanie wykorzystywania zasobów w obiegu zamkniętym w całym łańcuchu wartości</li> <li>Zachęcamy kolejnych sprzedawców do stosowania prośrodowiskowych opakowań</li> <li>Przyłączyliśmy się do inicjatywy „Science Based-Targets Initiative” i zobowiązaliśmy się do realizacji celów klimatycznych</li> </ul> <p><b>Więcej informacji można znaleźć w sekcji Odpowiedzialność środowiskowa.</b></p>
	Przeciwdziałanie korupcji	<p><b>Zasada 10:</b> Przedsiębiorstwa powinny przeciwdziałać korupcji we wszystkich jej formach, w tym łapówkarstwu i wymuszeniom</p>	<p>3.3. Zarządzamy naszą firmą odpowiedzialnie</p> <p>3.5.1. Kodeks postępowania dla dostawców i partnerów biznesowych Allegro</p>

Więcej informacji na temat modelu biznesowego Allegro można znaleźć w sekcji Model biznesowy, działalność operacyjna i ład korporacyjny.

### 3.1.2. 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 jako główne obszary naszych działań ESG. Proces identyfikacji i oceny ryzyk niefinansowych jest integralną częścią systemu zarządzania ryzykiem opisanego w sekcji System zarządzania ryzykiem, Czynniki ryzyka i kwestie regulacyjne.

Główne rodzaje ryzyka	Mapa ryzyka	Więcej o zarządzaniu ryzykiem można znaleźć w sekcji
Ryzyko środowiskowe i klimatyczne	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 CO <sub>2</sub> , 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. prośrodowiskowe opakowania, mogą przełożyć się na wzrost kosztów naszej działalności.	Odpowiedzialność środowiskowa  Więcej o TCFD można znaleźć w sekcji Odpowiedzialność środowiskowa
Ryzyko społeczne	Pogorszenie publicznego wizerunku lub reputacji Grupy w wyniku negatywnych opinii może mieć niekorzystny wpływ na jej markę. Przypadki wycofania produktów z rynku, roszczenia z tytułu odpowiedzialności za produkt, naruszenia zasad społecznej odpowiedzialności biznesu, obecność podrobionych towarów naruszających warunki określone przez Grupę lub inne nieuczciwe działania na platformie e-commerce Grupy, które nie zostaną wykryte przez jej technologię przeciwdziałania oszustwom, mogą znacząco zaszkodzić reputacji i działalności Grupy. Skargi użytkowników lub negatywne opinie na temat stron internetowych Grupy, produktów, terminów dostaw, procesów zwrotów, warunków pracy jej pracowników (lub pracowników jej podwykonawców lub dostawców), przetwarzania danych użytkowników i praktyk w zakresie bezpieczeństwa lub obsługi klienta, w tym na platformach internetowych, takich jak blogi, rankingi internetowe, serwisy recenzenckie i portale społecznościowe, mogą mieć istotny negatywny wpływ na reputację Grupy i popularność jej stron internetowych.	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.	Zgodność z prawami człowieka

Główne rodzaje ryzyka	Mapa ryzyka	Więcej o zarządzaniu ryzykiem można znaleźć w sekcji
Praktyki z zakresu pracy	Utrata wykwalifikowanego personelu, duża rotacja pracowników lub utrzymujące się trudności w obsadzaniu wolnych stanowisk odpowiednimi kandydatami mogą mieć istotny negatywny wpływ na zdolność Grupy do skutecznego konkurowania w ramach prowadzonej przez siebie działalności, a ponadto Grupa może utracić znaczącą część wiedzy specjalistycznej lub też wiedza ta może stać się dostępna dla konkurentów Grupy. Ponadto aby pozyskać lub utrzymać wykwalifikowany personel, Grupa może być zmuszona do oferowania wyższych pakietów wynagrodzeń i innych świadczeń, co może prowadzić do zwiększenia kosztów osobowych. Niezdolność do pozyskania, wyszkolenia, zmotywowania lub utrzymania wykwalifikowanego personelu bez ponoszenia nadmiernych kosztów może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową i wyniki operacyjne Grupy.  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). Pracownicy pracujący zdalnie mogą nie posiadać ergonomicznych i odpowiednich miejsc pracy w domu.	Odpowiedzialne 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 ucieść w wyniku cyberataku. Cyberbezpieczeństwo, zarządzanie danymi osobowymi oraz zapewnienie odpowiedniego poziomu bezpieczeństwa naszej infrastruktury to ważne elementy naszej działalności.	Etyka biznesu

Rada Dyrektorów nadzoruje kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem i klimatem, w szczególności poprzez monitorowanie i nadzorowanie strategii CSR & Zrównoważonego Rozwoju. Jednocześnie, ponieważ ryzyka klimatyczne i środowiskowe podlegają zarządzaniu ryzykiem i Polityce Zarządzania Ryzykiem, wszyscy pracownicy Grupy Allegro.eu są odpowiedzialni za identyfikację i raportowanie ryzyka. Rolą Rady Dyrektorów jest nadzorowanie ryzyka korporacyjnego, definiowanie zakresu zarządzania ryzykiem, określanie kierunków rozwoju systemu zarządzania ryzykiem oraz ustalanie poziomów apetytu na ryzyko.

Zgodnie z zaleceniami Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD), Allegro.eu dokładnie określa ryzyko klimatyczne, jak również, jeszcze szerzej, ryzyko środowiskowe. Proces identyfikacji, oceny i zarządzania ryzykiem klimatycznym jest częścią ogólnego procesu zarządzania ryzykiem w Grupie Allegro.eu. Więcej na temat ujawniania informacji w ramach TCFD można znaleźć w sekcji Odpowiedzialność środowiskowa.

## 3.2. Odpowiedzialne miejsce pracy<sup>[20]</sup>

### 3.2.1. KWESTIE PRACOWNICZE

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.

Na koniec 2021 roku cały zespół Allegro.eu liczył 4 848 osób, czyli dokładnie o 1 559 więcej niż rok wcześniej. Oznacza to, że w 2021 roku Allegro.eu zatrudniło prawie dwa razy więcej nowych pracowników niż w 2020 roku.

### Allegro znalazło się w gronie najlepszych pracodawców w rankingu „Najlepsi Pracodawcy w Polsce 2021” magazynu Forbes

W najnowszym rankingu przygotowanym przez Forbes i Statista zajęliśmy pierwsze miejsce wśród pracodawców z branży handlu detalicznego i hurtowego. Cieszymy się z naszego sukcesu tym bardziej, że zawdzięczamy go w dużej mierze głosom naszych pracowników!

Prezentowana liczba pracowników uwzględnia osoby pracujące w następujących firmach: Allegro.pl, Ceneo.pl, eBilet.pl, Allegro Finance, Allegro Pay, Opennet, Xpress Couriers, Skynet Custom Brokers, Adinan Midco oraz Allegro.eu.

### STRUKTURA ZATRUDNIENIA<sup>[21]</sup>

Rodzaje umów aw Grupie Allegro.eu	2021	2020 <sup>[22]</sup>	2019
Umowa o pracę	3 613	2 721	2 194
Kontraktorzy (B2B)	535	240	17
Agencje pracy i usługi zewnętrzne	700	328	268
<b>RAZEM</b>	<b>4 848</b>	<b>3 289</b>	<b>2 479</b>

[20] Wszystkie dane na dzień 31 grudnia 2021 r.

[21] Dane dotyczą aktywnych i zawieszonych pracowników.

[22] Liczba pracowników ogółem w 2020 r. została retrospektywnie skorygowana o 130 pracowników tymczasowych w magazynie w Błoniu (uprzednio wyłączonych z liczby pracowników wynoszącej 3 159 zgłoszonej w 2020 r.).

Forma zatrudnienia	2021	2020	2019
Umowy o pracę na czas nieokreślony	79,4%	79,4%	79,2%
Umowy o pracę na czas określony	20,6%	20,6%	20,8%

Forma zatrudnienia w podziale na płeć	2021	2020	2019
Umowy o pracę na czas nieokreślony – kobiety	33,2%	32,1%	32,0%
Umowy o pracę na czas określony – kobiety	9,5%	9,7%	9,6%
Umowy o pracę na czas nieokreślony – mężczyźni	46,2%	47,2%	47,2%
Umowy o pracę na czas określony – mężczyźni	11,1%	10,9%	11,2%

Miejsce pracy	2021	2020	2019
Biuro w Poznaniu	45,3%	51,3%	57,0%
Biuro w Warszawie	33,5%	30,7%	25,5%
Biuro we Wrocławiu	6,5%	7,2%	8,2%
Biuro w Krakowie	4,7%	3,7%	2,3%
Biuro w Toruniu	3,0%	3,5%	3,8%
Błonie (Centrum Dystrybucji)	2,8%	2,6%	2,6%
Adamów (Fulfillment center)	2,6%	—	—
Praca zdalna	1,2%	—	—
Inne	0,4%	1,0%	0,6%

Podmiot prawny	2021	2020	2019
Allegro.pl	4 212	2 933	2 227
Ceneo.pl	219	198	194
Allegro Pay	126	61	—
eBilet.pl	59	56	56
Opennet	67	30	—
Allegro.eu	7	6	—
Allegro Finance	10	3	—
Adinan Midco	2	2	2
Xpress Couriers	141	—	—
Skynet Custom Brokers	5	—	—
<b>Grupa Allegro.eu</b>	<b>4 848</b>	<b>3 289</b>	<b>2 479</b>

## ROZWÓJ ZAWODOWY I OSOBISTY NASZYCH PRACOWNIKÓW

Chcemy, aby Allegro było miejscem pełnym wyzwań i możliwości dla naszych pracowników. Każdemu zapewniamy wsparcie w rozwoju zawodowym, gwarantujemy równe szanse we wszystkich aspektach zatrudnienia oraz oferujemy konkurencyjne wynagrodzenia i świadczenia. W zamian oczekujemy ambicji i chęci rozwoju, umiejętności radzenia sobie w szybko zmieniającym się i złożonym środowisku oraz świadomości, że nasza praca, innowacje i rozwiązania mają wpływ na codzienne zakupy milionów konsumentów. Bardzo cieszą nas wysokie oceny, jakie otrzymujemy w corocznych ankietach od naszych pracowników.

Rozwój zawodowy pracowników jest kluczowy dla rozwoju Allegro. Przygotowaliśmy dla nich duży wybór szkoleń, warsztatów i konferencji, dostępnych poprzez specjalną platformę rozwojową MindUp. Obejmuje ona szkolenia z tzw. umiejętności miękkich, szkolenia techniczne, programy menedżerskie i narzędzia rozwojowe.

## MODEL ROZWOJU ALLEGRO

**Allegro Essentials** to wartości, które towarzyszą nam w codziennej pracy. Określają one spójny zestaw postaw i zachowań wspólnych dla wszystkich pracowników Allegro. Są to:

1. Sięgamy wysoko
2. Koncentrujemy się na kliencie
3. Działamy zwinnie
4. Jesteśmy ciekawi, uczymy się i dbamy o rozwój
5. Pomagamy innym osiągnąć sukces
6. Szanujemy się i jesteśmy wobec siebie szczerzy

Allegro Essentials to swoisty drogowskaz budujący naszą unikalną kulturę organizacyjną i tworzący atmosferę sukcesu, która pcha nas do przodu. Innymi słowy, Allegro Essentials stanowią spójny obraz tego, co sprawia, że odnosimy sukcesy w Allegro. Są one opisane w jasny sposób, aby każdy mógł je rozpoznać i zastosować. Allegro Essentials powstały w oparciu o blisko 1100 odpowiedzi na pytania ankiety BaZa 2020 („Jak opisałbyś kulturę Allegro?”) i zostały stworzone we współpracy z Zespołem Zarządzającym.

## ALLEGRO FACTORS

Poziomy Kariery to system, który klasyfikuje wszystkie role w Allegro na poziomy. Jego celem jest wprowadzenie przejrzystości i uporządkowanie naszej wewnętrznej struktury stanowisk oraz zapewnienie pracownikom jasnej wizji ich ścieżki kariery w firmie. Zdefiniowaliśmy 10 poziomów kariery, choć liczba ta może się zwiększyć wraz z rozwojem firmy.

Allegro.pl wybrało 5 ważnych kompetencji dla wszystkich naszych ról i ludzi, które nazwaliśmy czynnikami poziomu. Allegro Factors to pięć kompetencji, które są pożądane w Allegro: Wpływ na biznes, Zarządzanie złożonością, Zarządzanie sobą i/lub zespołem, Precyzyjna komunikacja oraz Wiedza ekspercka. Liczba czynników weryfikowanych podczas rekrutacji zależy od poziomu stanowiska (Poziomu Kariery) w strukturze organizacyjnej. Wszystkie nowe procesy rekrutacyjne wymagają wdrożenia Allegro Factors.

## SZKOLENIA

W 2021 roku firma przeprowadziła 458 szkoleń wewnętrznych, w których łącznie wzięło udział 4 107 osób. Średnio na jednego pracownika przypadało 6,2 godziny szkolenia, w porównaniu do 8,2 godziny w 2020 r. W 2021 r. średnia liczba godzin szkoleniowych na kobietę wyniosła 6,2, a w przypadku mężczyzn 6,0. W Allegro nie analizujemy godzin szkoleniowych w rozkładzie na strukturę zatrudnienia.

W 2021 roku pracownicy uczestniczyli w podobnej liczbie szkoleń jak w roku poprzednim, biorąc pod uwagę wzrost zatrudnienia. 41% pracowników Allegro to kobiety, stanowią one też 45% wszystkich uczestników szkoleń.

Prezentowane dane dotyczą wyłącznie pracowników Allegro.pl, Allegro Pay i Allegro Finance, gdyż pracownicy innych spółek nie mają dostępu do platformy szkoleniowej MindUp!, z której pochodzą te dane. W pozostałych spółkach szkolenia nie były monitorowane.

Szkolenia <sup>[23]</sup>	2021	2020	2019
Łączna liczba uczestników szkoleń	4 107	5 247	4 416
Kobiety	45%	45%	32%
Mężczyźni	55%	55%	68%
Liczba unikalnych uczestników	1 726	1 416	1 386
% pracowników, którzy wzięli udział w co najmniej jednym szkoleniu	55%	59%	74%
Kobiety	726	638	443
Mężczyźni	1 000	778	943
Średnia liczba godzin szkoleniowych na pracownika	6,2	8,2	0,74
Średnia liczba godzin szkoleniowych na kobietę	6,4	9,4	nd
Średnia liczba godzin szkoleniowych na mężczyznę	6,0	8,6	nd
<b>Szkolenia wewnętrzne</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>	<b>2019</b>
Liczba szkoleń wewnętrznych	458	501	443
Średnia ocena szkolenia (w skali od 1 do 5)	4,5	4,5	4,5
Liczba trenerów wewnętrznych	241	171	191

Dane obejmują: Allegro.pl, Allegro Pay i Allegro Finance.

[23] Dane dotyczą aktywnych zawodowo pracowników.

#### MINDUP, PROGRAM EDUKACYJNY DLA WSZYSTKICH PRACOWNIKÓW, OBEJMUJE:

- działania rozwojowe podzielone na 3 grupy: dla (1) indywidualnych pracowników, (2) liderów i menedżerów zespołów, (3) menedżerów wyższego szczebla dodatkowo podzielone na działania służące rozwojowi kluczowych kompetencji zwanych Allegro Factors (np. Wpływ, Zarządzanie złożonością, Precyzyjna Komunikacja)
- inne narzędzia rozwojowe, np. mentoring, coaching, ośrodki oceny i rozwoju oraz narzędzia diagnostyczne, takie jak ocena Extended DISC lub CliftonStrengths
- krótkie formy uczenia się, np. webinaria, kursy e-learningowe, artykuły
- warsztaty wewnętrzne w ramach biznesowych akademii rozwoju, np. Commerce Academy, CX Leader Academy
- formularze zgłoszeniowe na imprezy zewnętrzne, w tym konferencje, szkolenia oraz studia itp. na pokrycie kosztów konferencji, szkoleń oraz studiów i kursów podyplomowych – zgodnie z wewnętrznym regulaminem
- zajęcia językowe.

Dodatkowo prowadzimy projekt JUICE, w ramach którego organizujemy spotkania inspirujących gości z pracownikami Allegro, oraz projekt Health Action – organizujemy warsztaty i wykłady na temat dobrego samopoczucia i zdrowego stylu życia.

W 2021 roku kontynuowaliśmy #zdalninazdalna – specjalny program poświęcony efektywnej pracy zdalnej, obejmujący poradnictwo psychologiczne, warsztaty i webinaria, a także praktyczne treści i porady.

#### WSPARCIE DLA PROGRAMÓW STUDIÓW LUB CERTYFIKACJI

Ważnym elementem naszej oferty rozwojowej jest wsparcie finansowe udzielane przez Spółkę pracownikom chcącym kształcić się i zdobywać kwalifikacje zawodowe na renomowanych uczelniach, a także możliwość udziału w płatnych konferencjach czy indywidualnych sesjach coachingowych.

Wszelkie zasady i regulacje dotyczące rozwoju osobistego zawarte są w Regulaminie pracy, Regulaminie szkoleń oraz Warunkach uczestnictwa w szkoleniach pracowniczych obowiązujących w Allegro.pl Sp. z o.o., Allegro Pay Sp. z o.o. oraz Allegro Finance Sp. z o.o.; Studia podyplomowe – Warunki umów szkoleniowych.

#### SZKOLENIA Z ZAKRESU ROZWOJU MENEDŻERSKIEGO I PRZYWÓDZTWA

Allegro prowadzi wiele szkoleń i webinarów na poziomie menedżerskim, takich jak:

- Neuroscience of Creating Clarity in a Complex World,
- Lider IMPROWizator, czyli IMPRO = I'M PRO,
- LIDER STRATEG, czyli jak budować strategię w złożonych czasach,
- Szczęście w pracy zespołów dla liderów/menedżerów,
- Stres: wróg i przyjaciel – jak budować odporność emocjonalną lidera,
- Włączające przywództwo – jak inkluzywny lider buduje zaangażowany, kreatywny i wysoce efektywny zespół [PL],
- NVC – godzenie ról rodzinnych i zawodowych oraz satysfakcja z życia.

Liderzy mogą również dołączyć do programów rozwoju przywództwa, np. program AlleGrow przeznaczony dla dyrektorów, program StepUP „Przywództwo transformacyjne” dla menedżerów wyższego szczebla lub program WarmUp dla początkujących liderów. 25 liderów (68% dyrektorów) uczestniczy w programie AlleGrow (10 z nich przystąpiło do programu 3 grudnia, 15 w 2022 r.); 25 (27% managerów wyższego szczebla) uczestniczy w programie StepUp. W 2021 roku przeprowadzono szóstą edycję programu WarmUp dla 67 osób. Zakres tego szkolenia obejmuje następujące Allegro Factora: wpływ na biznes, przywództwo, zarządzanie złożonością, precyzyjną komunikację, a także pozytywne podejście i wellbeing. Uczestnicy będą mogli rozwinąć umiejętności przywódcze takie jak skuteczna komunikacja, przekazywanie złożonych informacji, komunikacja perswazyjna i motywowanie innych do działania, reagowanie na sytuacje stresowe i inspirowanie innych do akceptacji zmian.

Podsumowanie szkoleń z zakresu rozwoju menedżerskiego i przywództwa w roku 2021:

- z grupy liderów zespołów i menedżerów/kierowników projektów – 1 494 uczestników wzięło udział w szkoleniu, co stanowi 540 osób (82% całej grupy)
- z grupy kierowników wyższego szczebla i dyrektorów – 138 uczestników wzięło udział w szkoleniu, co stanowi 64 liderów (65% całej grupy).

Allegro.eu zachęca pracowników do dzielenia się swoją wiedzą i najlepszymi praktykami, zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz organizacji. W ramach inicjatywy Allegro Tech pracownicy uczestniczą jako prelegenci w szeregu otwartych wydarzeń, takich jak Allegro Tech Live, Allegro Tech Labs, Allegro Tech Meeting, czy UX Research Confetti.

W roku 2021 w Allegro Tech wzięło udział 160 prelegentów, którzy uczestniczyli w 97 wydarzeniach zewnętrznych oraz 16 wydarzeniach zorganizowanych niezależnie przez Allegro Tech. Allegro Tech opublikowało 12 podcastów, a blog Allegro Tech miał aż 172 184 unikalnych wyświetleń! Firma wprowadziła nowy format wydarzeń Allegro Tech dedykowany osobom niebędącym pracownikami oraz zorganizowała dwie zewnętrzne konferencje – Allegro Tech Meeting i UX Research Confetti. Powstało 10 odcinków webinarów

Allegro Tech Live oraz 4 warsztaty z cyklu Allegro Tech Labs. Kanał na YouTube Allegro Tech to wiele godzin nagrań pełnych wiedzy i inspiracji, a Allegro Tech może pochwalić się już 104 projektami Open Source.

ATM/Allegro Tech Meeting to coroczne spotkanie zespołów technologicznych Allegro, podczas którego pracownicy dzielą się aktualnymi projektami, wyzwaniami i prezentują nietypowe rozwiązania, które udało im się wdrożyć. Pracownicy mają też szansę lepiej się poznać, ponieważ na co dzień pracują w różnych miejscach. „Od IT dla IT” to hasło, które towarzyszy nam od samego początku, czyli od 2009 roku, kiedy to w Poznaniu zorganizowaliśmy pierwsze dwudniowe wydarzenie dla inżynierów Allegro.

Czternasta edycja ATM odbyła się we wrześniu 2021 roku w całości online. Program obejmował 75 prezentacji i 7 bloków tematycznych (Product and People, Software, Security, Infrastructure, Machine Learning and Big Data, UX, Front-end oraz Lighting Talks). Do udziału w imprezie zgłosiło się prawie 1300 pracowników. W tym roku, po raz pierwszy w historii, firma zorganizowała zewnętrzną edycję Allegro Tech Meeting dedykowaną osobom niebędącym pracownikami, otwartą dla wszystkich. W programie znalazło się 27 prezentacji i 6 bloków tematycznych. Do udziału w imprezie zgłosiło się 800 osób.

Allegro prowadzi program mentoringowy oraz program mobilności wewnętrznej (turystyki międzypodstawowej), w ramach którego pracownicy zmieniają miejsce pracy na okres od dwóch tygodni do trzech miesięcy. Głównymi celami tego programu są:

- wspieranie dzielenia się wiedzą między zespołami, tak aby pracownicy wizytujący mogli poznać inny obszar działalności i wykorzystać tę wiedzę w swoich projektach po powrocie do swoich zespołów;
- zatrzymanie utalentowanych pracowników. Jeśli pracownik rozważa zmianę pracy, może najpierw sprawdzić, jak wpasowałby się w inny projekt, zanim podejmie decyzję o zmianie zespołu na stałe;
- wspieranie zmian w przedsiębiorstwie/jednostce organizacyjnej. W programie może wziąć udział każdy pracownik, pod warunkiem, że zarówno jego obecny, jak i przyszły przełożony wyrażą na to zgodę oraz że korzyści odniosą wszystkie zaangażowane strony.

## PERFORMANCE MANAGEMENT

Performance Management (system oceny wyników pracy i rozwoju zawodowego) to proces, w którym indywidualna wydajność każdego pracownika może być oceniana w sposób spójny, w oparciu o obiektywne, rzeczowe i oparte na dowodach informacje zwrotne dotyczące celów biznesowych i demonstrowanych zachowań. Pracownicy są oceniani dwa razy w roku.

Ścieżka awansu jest ściśle związana z oceną pracownika i opiera się na obiektywnej ocenie poziomu kompetencji i umiejętności, w oparciu o zestaw szczególnie istotnych dla nas kryteriów (takich jak wpływ na pracę organizacji, potrzeba analitycznego i innowacyjnego rozwiązywania złożonych problemów, umiejętności komunikacyjne i wiedza ekspercka).

### Odsetek pracowników otrzymujących regularne oceny wyników pracy i rozwoju zawodowego <sup>[24]</sup>

Ocena pracowników <sup>[25]</sup>	2021	2020	2019
% ocenionych pracowników	94,7%	93,9%	92,5%
Kobiety	91,3%	86,4%	85,2%
Mężczyźni	97,0%	99,3%	97,5%

Ścieżka kariery – % kobiet awansowanych	2021	2020	2019
na stanowiska kierownicze	2,47%	1,7%	1,4%
na stanowiska dyrektorskie	0,28%	0,26%	0,0%
na stanowiska C-level	0,0%	0,0%	0,0%

Ścieżka kariery – % mężczyzn awansowanych	2021	2020	2019
na stanowiska kierownicze	3,94%	2,79%	2,89%
na stanowiska dyrektorskie	0,34%	0,13%	0,0%
na stanowiska C-level	0,0%	0,0%	0,0%

Ocena pracowników to proces, który dotyczy wszystkich osób posiadających co najmniej 3-miesięczny staż pracy, w tym pracowników powracających z urlopów (tj. długotrwałych zwolnień lekarskich, urlopów wychowawczych, urlopów rodzicielskich).

Powracający pracownicy zazwyczaj nie pracują wystarczająco długo, aby uzyskać ocenę ich wydajności. Jest to główny powód, dla którego przedstawiony powyżej wskaźnik jest niższy niż 100%, szczególnie w przypadku kobiet.

[24] Dane dotyczą aktywnych zawodowo pracowników.

[25] Z wyłączeniem pracowników eBilet.pl oraz pracowników na okresie próbnym.

## COROCZNE BADANIE ZAANGAŻOWANIA – BAZA

Tworzymy przyjazne miejsce pracy i regularnie sprawdzamy poziom zaangażowania naszych pracowników. Co roku przeprowadzamy badanie zaangażowania, które traktujemy jako podstawowe źródło informacji o naszej firmie jako miejscu pracy. Analizując wyniki badania, jesteśmy w stanie lepiej zrozumieć, co przekłada się na zaangażowanie pracowników, a także wskazać obszary, nad którymi powinniśmy popracować. Firma śledzi wyniki w czasie i wdraża zalecenia i wnioski.

Badanie jest poufne, a jej wyniki porównujemy z wynikami najlepszych firm technologicznych na świecie. W 2021 roku osiągnęliśmy wynik zaangażowania zbliżony do wyniku BaZa z 2020 roku. W 2021 roku badanie objęło wszystkie spółki Allegro.eu.

Coroczne badanie zaangażowania – Allegro.pl, AllegroPay i Allegro Finance	2021	New Tech 2021 <sup>[26]</sup>	2020	2019
Wynik zaangażowania	74%	74%	78%	73%
Zaufanie do firmy	90%	80%	91%	78%
Wyniki	91%	n/a	89%	-
Praca zespołowa i odpowiedzialność	88%	80%	88%	88%
Kształcenie i rozwój	85%	75%	85%	83%
Współpraca i komunikacja	86%	73%	85%	83%
Kultura	85%	n/a	85%	76%
Wsparcie ze strony pracodawcy	84%	79%	84%	80%
Kierownictwo	84%	78%	83%	83%
Dostosowanie i zaangażowanie	79%	83%	79%	71%
Przywództwo	74%	81%	79%	71%
Informacje zwrotne i uznanie	72%	70%	75%	76%
Działanie w ramach BaZa	61%	n/a	64%	65%
Praca zdalna	76%	n/a	n/a	n/a
Równowaga między pracą a życiem prywatnym	61%	54%	n/a	n/a
Różnorodność i otwartość	87%	n/a	n/a	n/a
Udział w badaniu	93%	n/a	94%	94%

[26] Raporty Culture Amp

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

Coroczna ankieta zaangażowania – Ceneo.pl	2021	New Tech 2021 <sup>[27]</sup>	2020	2019
Wynik zaangażowania	78%	74%	77%	n/d
Zaufanie do firmy	82%	80%	80%	n/d
Wyniki	n/d	n/d	n/d	n/d
Praca zespołowa i odpowiedzialność	90%	80%	1%	n/d
Kształcenie i rozwój	85%	75%	82%	n/d
Współpraca i komunikacja	85%	73%	87%	n/d
Kultura	81%	n/d	81%	n/d
Wsparcie ze strony pracodawcy	87%	79%	82%	n/d
Kierownictwo	86%	78%	84%	n/d
Dostosowanie i zaangażowanie	81%	83%	80%	n/d
Przywódstwo	84%	81%	83%	n/d
Informacje zwrotne i uznanie	82%	70%	78%	n/d
Działanie w ramach BaZa	55%	n/d	55%	n/d
Praca zdalna	79%	n/d	n/d	n/d
Równowaga między pracą a życiem prywatnym	60%	54%	n/d	n/d
Różnorodność i otwartość	88%	n/d	n/d	n/d
Udział w badaniu	92%	n/d	96%	n/d

Coroczna ankieta zaangażowania – eBilet.pl	2021	New Tech 2021 <sup>[28]</sup>	2020	2019
Wynik zaangażowania	63%	83%	n/d	n/d
Zaufanie do firmy	98%	91%	n/d	n/d
Wyniki	n/d	n/d	n/d	n/d
Praca zespołowa i odpowiedzialność	72%	n/d	n/d	n/d
Kształcenie i rozwój	67%	85%	n/d	n/d
Współpraca i komunikacja	82%	n/d	n/d	n/d
Kultura	74%	n/d	n/d	n/d
Wsparcie ze strony pracodawcy	75%	n/d	n/d	n/d
Kierownictwo	81%	n/d	n/d	n/d
Dostosowanie i zaangażowanie	73%	n/d	n/d	n/d
Przywódstwo	82%	n/d	n/d	n/d
Informacje zwrotne i uznanie	59%	79%	n/d	n/d
Działanie w ramach BaZa	n/d	n/d	n/d	n/d
Praca zdalna	71%	n/d	n/d	n/d
Równowaga między pracą a życiem prywatnym	50%	92%	n/d	n/d
Różnorodność i otwartość	n/d	n/d	n/d	n/d
Udział w badaniu	100%	n/d	n/d	n/d

[27] Raporty Culture Amp

[28] Raporty Culture Amp

## WYNAGRODZENIA

W Allegro staramy się przyciągnąć i zatrzymać najbardziej utalentowanych ludzi. Rekrutujemy najlepszych kandydatów z dużym potencjałem rozwoju. Naszym pracownikom oferujemy możliwość udziału w obszernych i złożonych projektach, szerokie możliwości rozwoju oraz konkurencyjny pakiet wynagrodzeń. Nasza polityka wynagrodzeń ma na celu pozyskanie, motywowanie i utrzymanie pracowników, którzy reprezentują najwyższy poziom kompetencji i doświadczenia. Opiera się na równym traktowaniu pracowników i tworzy ramy, które zapewniają, że każdy, kto wykonuje te same zadania, jest jednakowo wynagradzany.

Koszty personelu wzrosły o 65,1 mln PLN, czyli o 13,3%, z 490,1 mln PLN w roku obrotowym 2020 do 555,2 mln PLN w roku obrotowym 2021. Wyłączając jednorazowe koszty w obu okresach, koszty pracownicze wzrosły o 31,3% rok do roku, na co wpływ miał wzrost liczby pracowników o 47,4% r/r. Koszty personelu obejmują również jednorazowe koszty w wysokości 1,3 mln PLN wynikające ze wsparcia dla pracowników w związku z COVID-19. Przedsiębiorstwo nie obniżyło wynagrodzeń ani świadczeń dla żadnego pracownika w odpowiedzi na COVID-19.

## OCENA SPÓŁKI I AUDYT WYNAGRODZEŃ

Aby móc porównać się z rynkiem lokalnym i globalnym, postanowiliśmy zwrócić się o wsparcie do Mercer, znanej firmy zajmującej się oceną stanowisk pracy. Ich metodologia opiera się na szczegółowej analizie zakresu obowiązków w miejscu pracy. Nasze 5 czynników Allegro Factors jest w dużej mierze spójne z metodologią Mercer, ale odzwierciedla specyficzny kontekst Allegro, wskazując umiejętności i kompetencje niezbędne do rozwoju naszej działalności, a także utrzymania przewagi konkurencyjnej nad obecnymi i przyszłymi konkurentami. W 2020 roku zakończyliśmy proces oceny stanowisk w Allegro.pl.

W Allegro przeprowadzamy coroczny proces przeglądu wynagrodzeń, w ramach którego dokonujemy ewaluacji stanowisk pracy. W latach 2020 i 2021 przeprowadzono niezależny audyt wewnętrzny w zakresie oceny stanowisk. Audyt potwierdził, że wybrana metodologia została prawidłowo zastosowana do ewaluacji stanowisk w Grupie, a wynagrodzenia na stanowiskach nią sklasyfikowanych zostały porównane z odpowiednimi danymi rynkowymi pochodzącymi od dostawcy metodologii.

Allegro zapewnia prawo do płacy minimalnej lub płacy wystarczającej na życie zgodnie z polskim prawem pracy. Wynagrodzenie każdego pracownika Grupy Allegro.eu jest wyższe od minimalnej płacy krajowej.

Polityka Wynagrodzeń stanowi część Regulaminu Wynagradzania.

[29] Koszty personelu w okresie porównawczym obejmowały 52,2 mln PLN z tytułu wynagrodzenia opartego na akcjach dla menedżerów, którzy zainwestowali w Plan Inwestycyjny dla Kierownictwa, który został rozliczony podczas IPO, kolejne 25,4 mln PLN związane z akcjami przyznanymi pracownikom podczas IPO oraz 3,3 mln PLN związane ze wsparciem pracowników w związku z COVID-19. W roku obrotowym 2021 na pozycje jednorazowe ujęte w kosztach pracowniczych złożyły się koszty płatności w formie akcji własnych w wysokości 16,7 mln PLN związane z nowym Programem Motywacyjnym Allegro oraz wydatki na wyposażenie ochronne przeciw COVID-19 w wysokości 1,3 mln PLN.

## KULTURA AKCJONARIATU ALLEGRO

Uzyskanie statusu spółki publicznej dało Grupie możliwość wprowadzenia Allegro Incentive Plan (AIP) – długoterminowego programu motywacyjnego opartego na akcjach Allegro.eu, dzięki któremu pracownicy mogą stać się współwłaścicielami firmy. Jest to unikalny program pod względem skali i zakresu przeniesienia akcji.

W październiku 2020 r., podczas IPO Spółki, wszyscy pracownicy zatrudnieni wówczas w Allegro.eu na podstawie umowy o pracę otrzymali jednorazowy przydział 233 akcji Allegro.eu. Akcje zostały przyznane nieodpłatnie rok później, w październiku 2021 roku.

Druga część AIP to plan wykorzystania akcji do motywowania i nagradzania obecnych i przyszłych pracowników na kluczowych stanowiskach kierowniczych, menedżerów produktu i ekspertów. Status spółki publicznej umożliwia Allegro wykorzystanie akcji do budowania długoterminowego zaangażowania pracowników w rozwój firmy. Program został uruchomiony w kwietniu 2021 r. Pierwsza transza 25% całkowitej wartości nagrody AIP zostanie przyznana w kwietniu 2022 r.

## POZYSKIWANIE TALENTÓW

Chcemy, by w Allegro pracowali najlepsi ludzie, dlatego oceniamy naszych kandydatów według obiektywnych kryteriów. Stosujemy ustandaryzowany wywiad behawioralny oparty na kompetencjach, a proces rekrutacji wspiera tzw. Hiring Squad, czyli grupa specjalistów z różnych dziedzin i na różnych szczeblach kariery, których zadaniem jest dokonanie ostatecznego wyboru osoby, która zostanie zatrudniona.

Niezależnie od wyniku rekrutacji, każda osoba aplikująca do pracy w Allegro otrzymuje informację zwrotną. Szczególny nacisk kładziemy na informacje przekazywane osobom, których zdecydowaliśmy się nie zatrudniać. Zwracamy uwagę na braki w kompetencjach i proponujemy materiały edukacyjne, które mogą pomóc uzupełnić te braki, gdyby kandydat zdecydował się na ponowne aplikowanie w przyszłości.

## SUMMER E-XPRIENCE

Co roku zapraszamy do nas osoby rozpoczynające swoją karierę zawodową. Płatny program stażowy Summer e-Xperience pozwala im poznać funkcjonowanie największej platformy e-commerce w Polsce, a najlepszym stażystom daje szansę na pozostanie w firmie. W 2021 r. w programie e-Xperience wzięło udział 78 osób (+25 osób r/r), z czego aż 88% zostało zatrudnionych w Allegro (+18%pp r/r).

Wszyscy uczestnicy programu są nadzorowani przez mentora. Mogą oni nie tylko wziąć udział w szkoleniu, ale także sprawdzić się, pracując samodzielnie nad prawdziwymi projektami i wyzwaniem. Program Summer e-Xperience poleca 100% proc. stażystów, którzy wzięli w nim udział.

Allegro.eu otrzymało tytuł „Pracodawca Godny Zaufania” w kategorii programów stażowych za Summer e-Xperience 2021.

## ALLEGRO OTRZYMAŁO PRESTIŻOWĄ NAGRODĘ EB EXCELLENCE AWARDS ZA EMPLOYER BRANDING

Allegro otrzymało nagrodę główną w kategorii strategia Employer Branding. Kapituła konkursu doceniła nasze działania promujące Allegro jako pracodawcę na krajowym rynku pracy. W podsumowaniu zrealizowanych inicjatyw szczególne uznanie zyskało nasze kompleksowe podejście, różne kanały dotarcia do potencjalnych kandydatów oraz nasze wyniki.

W 2021 roku w dwudniowym procesie onboardingu wzięły udział 1 168 osób, w tym 56 osób powracających po długiej nieobecności.

Nowi pracownicy	2021		2020		2019	
Kobiety	42,4%	506	42,3%	289	43,7%	206
Mężczyźni	57,6%	687	57,7%	394	56,3%	265
Wiek <30 lat	54,7%	652	60,6%	414	62,6%	295
Wiek 31-50 lat	44,4%	530	39,4%	220	37,4%	163
Wiek >51 lat	0,9%	11	0%	0	0%	0

Wskaźnik rotacji pracowników <sup>[30]</sup>	2021	2020	2019
<b>Razem</b>	<b>14,2%</b>	<b>8,9%</b>	<b>10,5%</b>
Kobiety	13,5%	9,3%	12,1%
Mężczyźni	14,7%	8,5%	9,4%

Średni staż pracy w firmie	2021	2020	2019
<b>Razem</b>	<b>3,46</b>	<b>3,56</b>	<b>3,74</b>
Kobiety	3,23	3,40	3,58
Mężczyźni	3,62	3,66	3,86

W ostatnich latach Allegro z powodzeniem przyciągało, rozwijało i zatrzymywało utalentowanych pracowników, utrzymując wskaźnik odejść poniżej średniej rynkowej<sup>[31]</sup>. W ciągu ostatnich dwóch lat, w okresie fluktuacji w sektorach handlu detalicznego i technologii wywołanych pandemią COVID-19, powstał silny popyt na specjalistyczną wiedzę wymaganą w działalności Allegro – zarówno lokalnie, jak i od globalnych graczy. W ujęciu globalnym jesteśmy świadkami zwiększonego łącznego wskaźnika odejść, jednakże pozostaje on w zgodzie z dynamiką rynku i globalizującym się rynkiem utalentowanych pracowników.

## REPREZENTACJA PRACOWNIKÓW

Pracownicy Allegro nie są objęci układami zbiorowymi pracy, a Reprezentacja Pracowników jest organem przedstawicielskim pracowników wybranym zgodnie z prawem. Firma nie zapewnia żadnych planów emerytalnych poza tymi, które są wymagane przez lokalne prawo pracy. Więcej na temat Polityki Praw Człowieka znajduje się w sekcji Zgodność z Prawami Człowieka.

[30] 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. Dane dotyczą aktywnych pracowników

[31] Ankieta Spot Poll dla sektora High Tech (sierpień 2021) przeprowadzona przez Mercer; średnia dobrowolna rotacja w polskich spółkach High Tech w okresie od lipca 2020 do czerwca 2021 r. wynosi 24%.



### 3.2.2. RÓŻNORODNOŚĆ W MIEJSCU PRACY

W Allegro liczą się tylko kompetencje. Wiek pracownika, jego płeć, poglądy polityczne, przekonania, pochodzenie czy religia nie mają dla nas znaczenia. Nie widzimy przeszkód w różnicach, a raczej postrzegamy je jako okazję do budowania przewagi konkurencyjnej i tworzenia inspirującego miejsca pracy. Wszystkich traktujemy jednakowo i tego samego wymagamy od każdej osoby zatrudnionej w naszej firmie.

Tworzymy przyjazne środowisko pracy, wolne od uprzedzeń, sprzyjające rozwojowi osób o różnych poglądach i doświadczeniach. W 2016 r. wprowadziliśmy Politykę antydyskryminacyjną i antymobbingową oraz Procedurę zgłaszania nieprawidłowości. Polityka ta stanowi, że wszyscy pracownicy, a w szczególności kadra kierownicza, powinni traktować swoich współpracowników z godnością i przestrzegać zasad etyki. Wszyscy pracownicy zapoznają się z tymi zasadami podczas procesu przyjęcia do pracy, a także przechodzą regularne szkolenia.

Wprowadziliśmy politykę różnorodności, która definiuje dobre praktyki i procesy sprzyjające tworzeniu różnorodnego i kreatywnego miejsca pracy. Spółka prowadzi również szkolenia z zakresu przeciwdziałania mobbingowi i dyskryminacji, których celem jest wspieranie rozpoznawania i zapobiegania niepożądanym zachowaniom oraz budowanie pozytywnych relacji między pracownikami.

### PROGRAMY MAJĄCE NA CELU ZWIĘKSZENIE RÓŻNORODNOŚCI SIŁY ROBOCZEJ

Allegro jest zaangażowane we wspieranie różnorodności w tworzeniu kreatywnego miejsca pracy poprzez:

- Przyjęcie polityki antydyskryminacji i przeciwdziałania mobbingowi oraz Polityki różnorodności oraz podejścia „Stay Fair”, a także procedury zgłaszania nieprawidłowości (whistleblowing)
- Wprowadzenie webinarów i szkoleń, które pomagają nam budować inkluzywne i różnorodne środowisko pracy
- Minimalizowanie stronniczości w rekrutacji, awansach i przeglądach wynagrodzeń, poprzez podkreślanie znaczenia wiedzy i kompetencji w naszych procesach. Nasz proces rekrutacji oparty jest na obiektywnych i merytorycznych kryteriach, a poszczególne jego etapy organizowane są według ustalonych schematów i zasad, tak aby zapewnić podobne doświadczenia wszystkim kandydatom, niezależnie od płci, pochodzenia etnicznego, przekonania czy innych przesłanek
- Mobilność wewnętrzną (turystyka międzyczepowa)
- Wspieranie inicjatyw związanych z różnorodnością i inkluzywnością, takich jak DareIT, Hackathon Accessibility, Poznań Mentoring Walk

W 2021 roku Allegro.eu ogłosiło Deklarację Różnorodności Allegro, która przedstawia podstawowe zasady różnorodności i inkluzywności:

- Decyzje oparte na zasługach i kompetencjach (merit based processes) obejmujące proaktywne działania mające na celu zminimalizowanie nieświadomych uprzedzeń w procesie podejmowania decyzji;
- Zróżnicowane środowisko pracy promujące różnorodność pomysłów i zachęcające do innowacyjnych i twórczych rozwiązań;
- Zróżnicowana i sprzyjająca włączeniu społecznemu kadra pracownicza, dopasowana do naszej docelowej bazy klientów, tak aby nasze produkty/usługi odzwierciedlały szeroki zakres perspektyw;
- Zrównoważona organizacja pod względem reprezentacji kobiet i mężczyzn, zwłaszcza na stanowiskach kierowniczych.

Ponadto w 2021 roku Allegro.eu zainauguowało D&I Champions – grupę pracowników Allegro, którzy swoimi działaniami wspierają budowanie środowiska pracy sprzyjającego inkluzywności. Ich zadaniem będzie rekomendowanie, doradzanie i zatwierdzanie wszelkich programów, podejść i strategii, które mają pomóc Allegro w obszarze różnorodności i inkluzywności, ale także uważne słuchanie pracowników Allegro, aby usprawnić działania firmy poprzez dodawanie nowych propozycji w odpowiedzi na konkretne potrzeby.

Allegro.eu wprowadziło również serię dedykowanych webinarów, warsztatów i wydarzeń w związku z Global D&I Month (Światowym miesiącem różnorodności) w październiku 2021 roku. Webinaria poświęcone były tematowi nieświadomych uprzedzeń, przywództwa włączającego oraz zarządzania różnorodnymi środowiskami pracy.

Warsztaty pozwoliły naszym pracownikom podzielić się swoimi przemyśleniami, opiniami i pomysłami na to, jak w przyszłości możemy tworzyć jeszcze bardziej inkluzywne Allegro.

Allegro.eu wspiera inicjatywy promujące różnorodność i otwartość. W latach 2018-2021 przedstawiciele firmy wzięli udział w ponad 30 wydarzeniach o tej tematyce. W 2021 roku były to WomenTech Global, Women in Technology oraz Kobiety w Biznesie 2021. Allegro.eu zaangażowało się również w Dare-IT – największy w Polsce indywidualny trzymiesięczny program mentoringowy prowadzony przez ekspertki z branży IT dla kobiet chcących rozpocząć karierę w branży. Allegro prowadzi również wewnętrzny program mentoringowy.

Wszyscy pracownicy zapoznają się z polityką antydyskryminacyjną i antymobbingową oraz procedurą zgłaszania nieprawidłowości zaraz po rozpoczęciu pracy w firmie. W 2020 roku firma wprowadziła Politykę Różnorodności.

#### Wskaźnik uczestnictwa pracowników w szkoleniach na temat polityki antydyskryminacyjnej i antymobbingowej

	2021	2020	2019
Szkolenia (coroczne warsztaty online dla wszystkich pracowników i wykonawców)	73%	88,8%	92,8%
Szkolenia onboardingowe (comiesięczna sesja szkoleniowa dla wszystkich nowych pracowników i wykonawców)	100%	100%	100%

#### Polityka antydyskryminacyjna i antymobbingowa

	2021	2020	2019
Zgłoszone przypadki dyskryminacji i mobbingu w Allegro	2	5	2

Wszystkie zgłoszenia dotyczące podejrzeń o dyskryminację i molestowanie zostały dokładnie zweryfikowane. Niektóre przypadki zostały skierowane do Komisji Etyki. W żadnym ze zgłoszonych przypadków nie potwierdzono zarzutów. Po weryfikacji aplikacji zalecono i wprowadzono kilka usprawnień.

Firma wspiera poufny kanał raportowania i system zgłaszania nieprawidłowości – więcej informacji na ten temat można znaleźć w sekcjach Etyka biznesowa, polityka antykorupcyjna i przeciwdziałania przekupstwu oraz Przestrzeganie praw człowieka. Allegro zapewnia także menedżerom, pracownikom i wykonawcom szkolenia dotyczące postępowania w przypadku zgłoszenia lub wystąpienia mobbingu lub molestowania.

## RÓŻNORODNOŚĆ I INKLUZYWNOŚĆ

Allegro dokłada wszelkich starań, aby być pracodawcą zapewniającym równe szanse; miejscem, w którym każdy pracownik jest szanowany i wspierany w osiąganiu swojego najwyższego potencjału. Tworzymy środowisko pracy, w którym każdy może zabrać głos, aby usunąć bariery na drodze do sukcesu, współpracować z innymi i wprowadzać w życie swoje najlepsze pomysły.

W 2020 roku Rada Dyrektorów przyjęła Politykę Różnorodności, aby podkreślić znaczenie tych kwestii.

Oto najważniejsze działania, które sprzyjają różnorodności:

- Przyjęcie kodeksu postępowania „Stay Safe/Stay Fair”
- Przyjęcie polityki przeciwdziałania zjawiskom dyskryminacji i mobbingu
- Przyjęcie polityki zgłaszania nieprawidłowości
- Prowadzenie szkoleń z zakresu promocji różnorodności

- Dążenie do równego traktowania wszystkich pracowników, bez względu na płeć, tożsamość płciową, wiek, rasę, formę zatrudnienia, poglądy polityczne, orientację psychoseksualną, niepełnosprawność, stan zdrowia, narodowość, pochodzenie etniczne, religię, wyznanie, bezwyznaniowość, światopogląd, przynależność związkową, stan cywilny czy styl życia, także przy ocenie pracownika i podejmowaniu decyzji dotyczących zatrudnienia i awansu
- Wspieranie kobiet wybierających karierę w branży technologicznej
- Wspieranie różnorodności przy wyborze członków Rady Dyrektorów
- Wspieranie inicjatyw z zakresu różnorodności i integracji
- Stworzenie większych możliwości zmiany stanowisk w firmie
- Monitorowanie i sprawozdawczość z działalności

Pracownicy <sup>[32]</sup>	2021		2020		2019	
Kobiety	40,8%	1 416	41,8%	1 133	41,6%	912
Mężczyźni	59,2%	2 056	58,2%	1576	58,4%	1 280
Kobiety na wyższych stanowiskach kierowniczych	28,6%	191	28,2%	122	28,9%	98
Mężczyźni na wyższych stanowiskach kierowniczych	71,4%	477	71,8%	310	71,1	241
Kobiety na stanowiskach kierowniczych (C-Level)	25%	2	25%	2	0%	0
Mężczyźni na stanowiskach kierowniczych (C-Level)	75%	6	75%	6	100%	5

Kobiety stanowiły 40,8% wszystkich aktywnych pracowników Allegro.eu w 2021 roku.

[32] Dane obejmują aktywnych zawodowo pracowników.

## PODPISANIE KARTY RÓŻNORODNOŚCI

Oprócz działań wewnętrznych, Allegro.eu chce wspierać inicjatywy zewnętrzne (krajowe i globalne). W 2021 roku Allegro.pl podpisało polską wersję Karty Różnorodności. Karta Różnorodności to międzynarodowa inicjatywa koordynowana przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu, której celem jest promowanie polityki równego traktowania i zarządzania różnorodnością w miejscu pracy.

Karta Różnorodności jest międzynarodowym projektem realizowanym z inicjatywy Komisji Europejskiej, wdrażanym w większości krajów Unii Europejskiej. Jej celem jest promowanie i upowszechnianie polityki równego traktowania, włączania i zarządzania różnorodnością w miejscu pracy. Polska Karta Różnorodności jest częścią Europejskiej Platformy Kart Różnorodności przy Dyrekcji Generalnej ds. Sprawiedliwości Komisji Europejskiej, co umożliwi sygnatariuszom regularne spotkania, czerpanie z wiedzy i doświadczeń oraz poznawanie dobrych praktyk firm ze wszystkich krajów, w których funkcjonują Karty Różnorodności.

Karta stanowi zobowiązanie organizacji do wprowadzenia zakazu dyskryminacji w miejscu pracy oraz podejmowania inicjatyw mających na celu wdrożenie i promowanie różnorodności, a także wyraża gotowość firmy do zaangażowania w te działania wszystkich pracowników oraz partnerów biznesowych i społecznych. Organizacje, które zdecydują się na wdrożenie tego narzędzia, wspierają spójność i równość społeczną.

Podpisanie Karty Różnorodności oznacza:

- Przyłączenie się do międzynarodowej grupy organizacji pod patronatem Platformy Karty Różnorodności Komisji Europejskiej
- Podkreślenie otwartości i szacunku pracodawcy wobec zróżnicowanej grupy pracowników, wzmocnienie dialogu na temat różnorodności wewnątrz i na zewnątrz organizacji
- Dołączenie do grona organizacji, które są liderami zarządzania różnorodnością w Polsce
- Zaangażowanie się w wyznaczanie trendów w zarządzaniu różnorodnością i politykę równych szans
- Budowanie wizerunku organizacji odpowiedzialnej i zaangażowanej w działania na rzecz równego traktowania w miejscu pracy
- Szerokie możliwości współpracy międzysektorowej (biznes, administracja publiczna, organizacje pozarządowe),
- Przełożenie języka Karty na rzeczywiste działania,
- Zobowiązanie do przeglądu własnych polityk – wskaźniki Karty Różnorodności umożliwiają nadrzędny monitoring zarządzania różnorodnością na poziomie operacyjnym, a także audyt i monitoring działań w tym obszarze.

### THE 2021 LINKEDIN TALENT AWARDS

W 2021 roku Allegro.pl zostało laureatem konkursu LinkedIn Talent Awards w kategorii Diversity Champion w Polsce. W 2021 roku LinkedIn Talent Awards wyróżniło firmy z całego świata, które wykazały się niezwykłą zdolnością adaptacji, innowacyjnością i kreatywnością w przestrzeni pozyskiwania talentów. Więcej informacji na temat kryteriów można znaleźć [tutaj](#).

## WSKAŹNIKI RÓŻNORODNOŚCI<sup>[33]</sup>

Wszystkie wskaźniki różnorodności, w miarę możliwości, prezentowane są dla wszystkich pracowników w Grupie Allegro.eu, a także w odniesieniu do stanowisk kierowniczych, eksperckich i specjalistycznych oraz stanowisk Zarządu.

Firma nie ujawnia informacji o mniejszościach etnicznych swoich pracowników, ponieważ nie gromadzimy takich danych. Nie mamy podstawy prawnej do gromadzenia tych danych.

## WSZYSCY ZATRUDNIENI

Grupa Allegro.eu	2021	2020	2019
Kobiety	40,8%	41,8%	41,6%
Mężczyźni	59,2%	58,2%	58,4%
Nowe pracownice – kobiety	42,4%	42,2%	43,7%
Nowi pracownicy – mężczyźni	57,6%	57,8%	56,3%
% pracowników z niepełnosprawnością	0,7%	0,7%	0,9%
% pracownic z niepełnosprawnością – kobiety	0,4%	0,5%	0,5%
% pracowników z niepełnosprawnością – mężczyźni	0,3%	0,3%	0,4%
Wiek <30 lat	40,2%	38,4%	37,4%
Wiek 31-50 lat	58,8%	60,8%	62,0%
Wiek >51 lat	1,0%	0,8%	0,6%
Wiek <30 lat – kobiety	42,2%	40,7%	38,9%
Wiek 31-50 lat – kobiety	57,2%	59,2%	60,9%
Wiek >51 lat – kobiety	0,6%	0,2%	0,2%
Wiek <30 lat – mężczyźni	38,8%	36,8%	36,3%
Wiek 31-50 lat – mężczyźni	59,8%	62,1%	62,9%
Wiek >51 lat – mężczyźni	1,4%	1,1%	0,8%
% pracowników zagranicznych	0,9%	1,1%	0,8%
% pracownic zagranicznych – kobiety	0,3%	0,3%	0,2%
% pracowników zagranicznych – mężczyźni	0,6%	0,8%	0,6%

[33] Średnia ważona dla wielkości grupy na każdym poziomie struktury korporacyjnej i w danym obszarze działalności

Wynagrodzenia <sup>[34]</sup>	2021	2020	2019
Wynagrodzenie kobiet w stosunku do średniego wynagrodzenia	96,7%	95,2%	95,7%
Wynagrodzenie mężczyzn w stosunku do średniego wynagrodzenia	102,1%	102,7%	101,5%
Wynagrodzenie kobiet w stosunku do wynagrodzenia mężczyzn (mężczyźni=100%)	94,3%	91,9%	92,9%

## MENEDŻEROWIE I Menedżerki

Stanowiska menedżerskie	2021	2020	2019
Kobiety	28,6%	28,0%	29,0%
Mężczyźni	71,4%	72,0%	71,0%
Wiek <30 lat	11,8%	8,7%	10,1%
Wiek 31-50 lat	86,4%	89,3%	88,7%
Wiek >51 lat	1,8%	2,0%	1,2%
Wiek <30 lat – kobiety	11,5%	8,8%	10,9%
Wiek 31-50 lat – kobiety	87,5%	91,2%	89,1%
Wiek >51 lat – kobiety	1,0%	0,0%	0,0%
Wiek <30 lat – mężczyźni	11,9%	8,7%	9,7%
Wiek 31-50 lat – mężczyźni	86,0%	88,5%	88,7%
Wiek >50 lat – mężczyźni	2,1%	2,8%	1,6%

Wynagrodzenie na stanowiskach menedżerskich <sup>[35]</sup>	2021	2020	2019
Wynagrodzenie kobiet na stanowiskach menedżerskich w stosunku do średniego wynagrodzenia na stanowiskach menedżerskich	92,8%	93,3%	92,0%
Wynagrodzenie mężczyzn na stanowiskach menedżerskich w stosunku do średniego wynagrodzenia na stanowiskach menedżerskich	102,7%	102,1%	101,3%
Wynagrodzenie kobiet na stanowiskach menedżerskich w stosunku do wynagrodzenia mężczyzn na stanowiskach menedżerskich (mężczyźni = 100%)	90,1%	90,8%	88,9%

[34] Średnia ważona dla wielkości grupy na każdym poziomie struktury korporacyjnej i w danym obszarze działalności

[35] Średnia ważona dla wielkości grupy na każdym poziomie struktury korporacyjnej i w danym obszarze działalności

## EKSPERCI I SPECJALIŚCI / EKSPERTKI I SPECJALISTKI

Stanowiska eksperckie i specjalistyczne	2021	2020	2019
Kobiety	36,5%	37,5%	34,5%
Mężczyźni	63,5%	62,5%	65,5%
Wiek <30 lat	39,8%	37,5%	35,8%
Wiek 31-50 lat	59,8%	62,3%	64,0%
Wiek >51 lat	0,4%	0,2%	0,2%
Wiek <30 lat – kobiety	34,4%	33,6%	32,7%
Wiek 31-50 lat – kobiety	65,3%	66,4%	67,3%
Wiek >51 lat – kobiety	0,3%	0,0%	0,0%
Wiek <30 lat – mężczyźni	42,8%	39,8%	37,5%
Wiek 31-50 lat – mężczyźni	56,6%	59,8%	62,3%
Wiek >51 lat – mężczyźni	0,6%	0,4%	0,2%

Wynagrodzenia ekspertów i specjalistów <sup>[36]</sup>	2021	2020	2019
Wynagrodzenie kobiet na stanowiskach ekspertek i profesjonalistek w stosunku do średniego wynagrodzenia na stanowiskach ekspertów i profesjonalistów	96,2%	93,3%	92,0%
Wynagrodzenie mężczyzn na stanowiskach ekspertów i profesjonalistów w stosunku do średniego wynagrodzenia na stanowiskach ekspertów i profesjonalistów	102,4%	102,9%	101,7%
Wynagrodzenie kobiet na stanowiskach ekspertek i profesjonalistek w stosunku do mężczyzn na stanowiskach ekspertów i profesjonalistów (mężczyźni=100%)	93,8%	90,1%	92,5%

Powyższe dane dotyczą wyłącznie pracowników i pracowników zatrudnionych na umowę o pracę.

W 2021 r. firma odnotowała pewną poprawę w zakresie ogólnej równowagi pomiędzy średnim wynagrodzeniem kobiet i mężczyzn.

[36] Średnia ważona dla wielkości grupy na każdym poziomie struktury korporacyjnej i w danym obszarze działalności

Kluczowym czynnikiem wpływającym na zróżnicowanie wynagrodzenia ze względu na płeć jest niedostateczna reprezentacja kobiet na stanowiskach związanych z technologią i zarządzaniem. Opracowaliśmy szczegółowy plan interwencji skupiający się na:

- bardziej zrównoważonej pod względem płci rekrutacji kandydatów i kandydatek zewnętrznych do funkcji technologicznych, a także na stanowiska kierownicze (zarówno poprzez wewnętrzne, jak i zewnętrzne procesy rekrutacyjne)
- zapewnieniu przestrzegania obiektywnego, opartego na faktach i dowodach procesu oceny wyników i awansów oraz wynikających z tego zmian w wynagrodzeniach

- przystąpieniu do zewnętrznych organizacji promujących różnorodność i integrację oraz wspierających dialog społeczny, jako znaczący pracodawca technologiczny w Polsce

- ciągłej edukacji i budowaniu zaangażowania pracowników i pracowników Allegro na rzecz różnorodności, podnoszeniu świadomości i zapewnieniu silnego wsparcia w całej organizacji.

Wszystkie te działania mają na celu systematyczne rozwiązywanie zidentyfikowanych problemów i dążenie do niwelowania różnic w wynagrodzeniach.

Zarząd	2021	2020	2019
Członkinie zarządu – kobiety	2	2	nie dotyczy
Członkowie zarządu – mężczyźni	6	6	nie dotyczy
Zarząd – wiek <30	0	0	nie dotyczy
Zarząd – wiek 31 – 50 lat	3	4	nie dotyczy
Zarząd – wiek >51	5	4	nie dotyczy

## URLOPY RODZICIELSKIE

Osoby zatrudnione, które powróciły do pracy po urlopie rodzicielskim i wychowawczym	2021	2020	2019
Osoby zatrudnione, które korzystały z urlopu rodzicielskiego / wychowawczego	84	79	74
Osoby zatrudnione, które wróciły do pracy z urlopu rodzicielskiego / wychowawczego	99	60	71
Osoby zatrudnione, które wróciły do pracy z urlopu rodzicielskiego / wychowawczego w poprzednim roku i były zatrudnione przez 12 miesięcy po powrocie	52	58	59
Osoby zatrudnione, które korzystały z urlopu rodzicielskiego / wychowawczego – kobiety	77	74	59
Osoby zatrudnione, które wróciły do pracy z urlopu rodzicielskiego / wychowawczego – kobiety	90	55	54
Osoby zatrudnione, które wróciły do pracy z urlopu rodzicielskiego / wychowawczego w poprzednim roku i były zatrudnione przez 12 miesięcy po powrocie – kobiety	48	52	49
Osoby zatrudnione, które korzystały z urlopu rodzicielskiego / wychowawczego – mężczyźni	7	5	15
Osoby zatrudnione, które wróciły do pracy z urlopu rodzicielskiego / wychowawczego – mężczyźni	9	5	17
Osoby zatrudnione, które wróciły do pracy z urlopu rodzicielskiego / wychowawczego w poprzednim roku i były zatrudnione przez 12 miesięcy po powrocie – mężczyźni	4	6	10

Dane obejmują: Allegro.pl, Ceneo.pl, Allegro Pay, eBilet.pl, Opennet, Allegro.eu, Allegro Finance, Adinan Midco

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

W 2021 r. 86% pracowników i pracownic, którzy wrócili do pracy po urlopie wychowawczym w poprzednim roku, kontynuowało zatrudnienie przez 12 miesięcy po powrocie (87% w przypadku kobiet i 80% w przypadku mężczyzn).

#### ZGODNOŚĆ Z ZASADAMI PROGRAMU UN GLOBAL COMPACT

Przestrzegamy zasady UN Global Compact oraz Wytyczne Organizacji Współpracy Gospodarczej i Rozwoju (OECD) dla Przedsiębiorstw Wielonarodowych.

W 2021 r. nie stwierdzono działań naruszających te przepisy.

#### ZDROWIE I BEZPIECZEŃSTWO NASZYCH PRACOWNIKÓW

Bezpieczeństwo i zdrowie naszych pracowników w miejscu pracy nie jest w Allegro przedmiotem dyskusji czy kompromisów. W firmie funkcjonuje Polityka Bezpieczeństwa i Higieny Pracy, a ściśle przestrzeganie jej zapisów zapobiega wypadkom i chorobom zawodowym. Stale monitorujemy środowisko pracy na wszystkich poziomach przedsiębiorstwa i systematycznie aktualizujemy nasze oceny ryzyka zawodowego. Angażujemy również naszych pracowników w działania związane z bezpieczeństwem i higieną pracy.

#### 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 w ścisłej współpracy z zespołem administracyjnym
- regularne aktualizowanie ocen ryzyka zawodowego
- angażowanie pracowników w działania związane ze zdrowiem i bezpieczeństwem, oraz
- podnoszenie świadomości w zakresie zdrowia i ergonomii.

Grupa monitoruje efekty stosowania Polityki Bezpieczeństwa i Higieny Pracy oraz liczbę wypadków przy pracy. W 2021 r. odnotowano tylko dwa wypadki o charakterze lekkim.

W firmie wprowadzono Instrukcje BHP oraz Procedurę Szkoleniową, a także Procedurę postępowania w razie wypadku zarówno dla sytuacji związanych z dojazdem do pracy, jak i w miejscu pracy. Pandemia COVID-19 zmieniła naszą biurową rzeczywistość, gdyż większość pracowników zgodnie z zaleceniami pracowała w domu. W związku z koniecznością dostosowania oceny ryzyka zawodowego do aktualnej sytuacji, zaktualizowaliśmy ten dokument o dodatkowe zapisy związane z COVID. Ocena ryzyka zawodowego polega na szczegółowej identyfikacji i analizie zagrożeń, na które narażeni są pracownicy w zależności od zajmowanego stanowiska. Pozwala nam to zweryfikować, czy wprowadzono wystarczające środki w celu ograniczenia lub wyeliminowania zagrożeń oraz określić, co jeszcze należy zrobić. Wszyscy pracownicy zapoznali się z nowymi przepisami podczas obowiązkowego szkolenia e-learningowego.

Do komunikacji z działem BHP służy specjalny alias oraz dedykowany kanał na firmowym komunikatorze.

Nasze biura, jak również nasze punkty zaopatrzenia (magazyny i depoty – punkty zdawczo odbiorcze) zostały zaprojektowane z myślą o wygodzie i bezpieczeństwie, a procedury bezpieczeństwa pozwalają nam wyeliminować sytuacje, które mogą stanowić zagrożenie dla zdrowia naszych pracowników.

Allegro przestrzega wszystkich przepisów dotyczących szkoleń BHP. Każdy pracownik zatrudniony w 2021 roku przeszedł obowiązkowe szkolenie wstępne. Zgodnie z obowiązującymi przepisami prowadzimy również okresowe szkolenia BHP dla wybranych typów stanowisk oraz dla pracowników dłużej pracujących w naszej organizacji. Udział w takim szkoleniu jest obowiązkowy, a w przypadku, kiedy nie zostanie on ukończony, może to skutkować wykluczeniem z pracy.

Liczba wypadków	2021	2020	2019
Wypadki lekkie	2	1	5
Wypadki ciężkie	0	0	1
Wypadki śmiertelne	0	0	0

#### PROMOCJA ZDROWIA PRACOWNIKÓW

Pomagamy pracownikom Allegro dbać o kondycję fizyczną. Akcja Zdrowie, którą Allegro prowadzi od wielu lat, to cykl warsztatów, konsultacji i webinarów promujących dobre samopoczucie i zdrowy styl życia. W 2021 roku inicjatywa została zorganizowana za pośrednictwem platformy szkoleniowej Mindup i dotyczyła pracy zdalnej w ramach akcji #zdaninazdalna. Obejmowała konsultacje z psychologami, fizjoterapeutami i dietetykami, dwa wystąpienia „power speech” oraz 13 webinarów. Tematyka webinarów obejmowała zagadnienia związane ze zdrowiem, higieną i ergonomią pracy zdalnej, dietą i odżywianiem, odpornością organizmu, jogą, relaksem i odpornością psychiczną, a także radzeniem sobie w czasie pandemii i po jej zakończeniu.

#### WSPIERAMY PRACOWNIKÓW W CZASIE PANDEMII

W odpowiedzi na pandemię COVID-19:

- nadal zalecamy pracę zdalną, dając jednocześnie możliwość pracy w biurze osobom chętnym, które w ciągu ostatnich sześciu miesięcy zostały zaszczepione lub przeszły COVID-19
- każdy nowy pracownik otrzymuje bon o wartości 1 000 PLN na wyposażenie swojego biura domowego
- szkolenia organizowane są online
- zapewniamy bezpieczne środowisko w naszych magazynach i biurach

W 2021 r. nadal przestrzegamy m.in. naszych wytycznych dotyczących pracy zdalnej i bezpieczeństwa w naszych magazynach.

Przy pomocy wykwalifikowanej firmy zewnętrznej, w ramach działań następczych, przeprowadziliśmy również audyt naszego Centrum Dystrybucyjnego w Adamowie pod kątem możliwości przenoszenia koronawirusa i wdrożyliśmy wszelkie środki zaradcze, aby zminimalizować ryzyko zakażenia, zarówno w biurze, jak i w magazynie.

Pracownicy magazynu, którzy nie mogą pracować zdalnie, zostali wyposażeni we wszystkie niezbędne środki ochrony osobistej. Wdrożyliśmy również system dystansu społecznego, podzieliłiśmy czas pracy na zmiany, zwiększyliśmy częstotliwość sprzątnięcia i zainstalowaliśmy kamery termowizyjne.

## BENEFITY PRACOWNICZE

Oprócz konkurencyjnego wynagrodzenia, każda osoba zatrudniona w Allegro ma dostęp do atrakcyjnych benefitów. Mogą być one dostosowane do indywidualnych preferencji. Stale poszerzamy listę benefitów oferowanych naszym zespołom w ramach systemu My Benefit. Pracownicy mogą wybierać najbardziej atrakcyjne świadczenia za pomocą punktów kredytowych przyznawanych im co miesiąc:

- opieka medyczna dla pracowników i ich bliskich
- karty sportowe dla pracowników i ich dzieci oraz ewentualnie ich najbliższych
- współfinansowanie przedszkola, żłobka lub opieki nad dzieckiem
- dodatek transportowy lub firmowe miejsce parkingowe, bilet okresowy na autobus lub paliwo
- karta restauracyjna do korzystania z usług gastronomicznych w biurze lub w pobliskich restauracjach
- vouchery na zakupy, bilety do kina i wiele innych

Wśród benefitów, które oferujemy naszym pracownikom są również kupony Secret Santa, prezenty z okazji Dnia Dziecka i Świąt Bożego Narodzenia, gadżety i upominki na imprezach firmowych, a także owoce i warzywa dostarczane do biura.

Ponadto nasi pracownicy mogą wykupić po preferencyjnych cenach ubezpieczenie na życie nie tylko dla siebie, ale również dla swojego współmałżonka/partnera i dziecka.

Co roku we wszystkich lokalizacjach świętujemy Dzień Dziecka razem z naszymi pracownikami i ich dziećmi. Podczas imprezy organizujemy wiele atrakcji, m.in. warsztaty plastyczne, zabawy z animatorami dla dzieci, słodczy itp. W 2021 roku z powodu pandemii COVID-19 nie mogliśmy zorganizować Dnia Dziecka, za to wszyscy pracownicy mieli dodatkowy dzień wolny, a ich dzieci otrzymały prezenty.

## PRZEDSZKOLE I ŻŁOBEK DLA DZIECI PRACOWNIKÓW ALLEGRO

Firmowe przedszkole i żłobek „WOW” dla dzieci pracowników Allegro w Poznaniu dysponuje 57 miejscami w trzech grupach przedszkolnych oraz 20 miejscami w żłobku. Program edukacyjny nastawiony jest na wszechstronny rozwój dzieci, które uczestniczą w licznych zajęciach muzyczno-ruchowych (rytmika, taniec, sport, muzykoterapia), językowych (język angielski) i plastycznych. Program urozmaica przedstawienia teatralne i kreatywne warsztaty na temat zdrowego stylu życia, środowiska, zrównoważonego rozwoju i inne. W 2020 roku, w ramach wsparcia rodziców, którzy zostali sami w domu z dziećmi, pracownicy przedszkola i żłobka przygotowali ciekawe sposoby na wspólne spędzanie czasu podczas kwarantanny, wykorzystując do tego specjalny kanał na Slacku. W 2021 roku personel przedszkola i żłobka wziął udział w szkoleniu NVC, aby jeszcze lepiej odpowiadać na potrzeby dzieci.

## KOMUNIKACJA Z PRACOWNIKAMI

W Allegro istnieje wiele kanałów komunikacji z pracownikami, w tym nasza platforma mediów społecznościowych Insite+ oraz kanał qa\_allegro na Slacku, gdzie pracownicy mogą zadawać pytania dotyczące strategii firmy i spraw pracowniczych. Prowadzimy też Allegro Home – stronę z najważniejszymi dokumentami, linkami i innymi informacjami.

W 2021 roku zorganizowaliśmy dla wszystkich naszych pracowników spotkanie Allegro Outlook 2021, na którym mogli oni poznać strategię firmy, nowe projekty oraz zadać pytania Zarządowi. Sesje pytań i odpowiedzi organizowane były również podczas trzech kwartalnych spotkań Allegro Business Update (w których uczestniczyło średnio ok. 2500 pracowników), gdzie firma prezentowała swoje wyniki i najważniejsze informacje biznesowe. Odebraliśmy również dodatkowe spotkanie z Zarządem w celu omówienia przejęcia Grupy Mall. .

## WOLONTARIAT PRACOWNICZY

W Allegro jesteśmy dumni z tego, że wspieramy wolontariat pracowniczy. Pracownicy angażują się nie tylko w znane ogólnopolskie inicjatywy, takie jak WOŚP czy Szlachetna Paczka, ale także w liczne lokalne akcje charytatywne i edukacyjne. W 2021 roku wolontariusze Allegro zorganizowali mentoring dla studentów, wspierając ich projekty społeczne w ramach projektu edukacyjnego Mam Swoje Alle, realizowanego w partnerstwie z Fundacją Zwolnieni z Teorii. Więcej o wolontariuszach można znaleźć w sekcji Wpływ społeczny.

Program wolontariatu pracowniczego w 2021 r.

**100** wolontariuszy  
**400** godzin wolontariatu



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

#### 3.3.1. 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 środków:

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"> <li>• anonimowo poprzez system do CSO</li> <li>• osobiście poprzez system do CSO</li> <li>• osobiście do działu HR, Prawnego, CSO</li> <li>• osobiście, mailowo do Przewodniczącego</li> </ul> <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 kwestii opisanych w sekcji „System zarządzania ryzykiem”, w obu głównych spółkach zależnych Grupy wprowadzono system zarządzania ładem korporacyjnym, ryzykiem i zarządzaniem zgodnością, który obejmuje standardy postępowania, zapobieganie korupcji, przestrzeganie prawa konkurencji, zapobieganie konfliktom interesów, ochronę informacji i danych, zapobieganie bezprawnej dyskryminacji oraz ochronę własności przedsiębiorstwa i know-how spółek: Allegro.pl i Ceneo.pl.

Allegro.pl i Ceneo.pl wprowadziły także Kodeks Postępowania dla Dostawców zapewniający przestrzeganie zasad społecznej odpowiedzialności biznesu („CSR”) dla dostawców współpracujących z Grupą. Kodeks Postępowania dla Dostawców powinien zostać zaakceptowany przez każdego Kluczowego Dostawcę, którego roczna wartość kontraktu przekracza 100 tys. PLN. W oparciu o zalecenia Ministerstwa Finansów, Allegro.pl i Ceneo.pl wprowadziły złożony proces weryfikacji dostawców. Dokumenty finansowe, dokumenty rejestracyjne firm i konta bankowe są sprawdzane w celu odrzucenia niezetelnych usługodawców.

Wprowadzone zostały również wytyczne obejmujące politykę zakupową, procedurę przetargową, procedurę kontrolingu i procedurę prawną, które mają na celu zminimalizowanie wszelkich niedozwolonych praktyk, naruszeń prawa, korupcji i oszustw, w szczególności w zakresie praktyk zakupowych, lub 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 informowania o nieprawidłowościach
- 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 podatkową
- Procedurę weryfikacji dostawców i Kodeks Postępowania dla Dostawców
- Politykę szkoleniową
- Politykę Allegro.eu działań charytatywnych, społecznych i sponsoringowych
- Politykę praw człowieka,
- i inne

Na straży przestrzegania Kodeksu Etyki stoi Komisja ds. Etyki, która zajmuje się m.in. badaniem i rozstrzygnięciem 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
- Dyrektor ds. bezpieczeństwa (CSO)

Kodeks Etyki jest okresowo weryfikowany i dostępny dla pracowników.

Bycie etyczną firmą wiąże się również z przestrzeganiem prawa. W Allegro działamy zgodnie z prawem i na bieżąco śledzimy wszystkie istotne zmiany i regulacje branżowe. Dostosowujemy nasze usługi, politykę i procesy do tych zmian.

Działający w Allegro system zgłaszania nieprawidłowości jest dostępny dla pracowników i wykonawców firmy. Podlega on wytycznym dotyczącym rozpatrywania skarg i zażaleń związanych z nieprzebrzeganiem Kodeksu Etycznego.

Zgłaszanie skarg i zażaleń	2021	2020	2019
Polityka przeciwdziałania praniu pieniędzy i zwalczania finansowania terroryzmu oraz kontroli eksportu, a także podręcznik sankcji finansowych	0	0	0
Polityka przejrzystości	2	2	2

### SKOLENIA PRACOWNIKÓW DOTYCZĄCE STANDARDÓW ETYCZNYCH

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

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 pogłębienia wiedzy, budowania kompetencji i zwiększania świadomości.

Wszyscy pracownicy przechodzą obowiązkowe szkolenie z zakresu wszystkich polityk podczas sesji onboardingowej. Wszyscy pracownicy są zobowiązani do przestrzegania zasad zawartych w politykach. Dodatkowo co roku przeprowadzamy obowiązkowe szkolenia z zakresu powyższych polityk, w których uczestniczą wszyscy zatrudnieni pracownicy, w tym wykonawcy. Szkolenie dotyczące etyki odbywa się za pomocą takich kanałów jak: e-learning, poczta elektroniczna, dedykowana platforma wewnętrzna (Intranet), spotkania, plakaty, konkursy i inne formy komunikacji.

### M ZGŁASZANIA NIEPRAWIDŁOWOŚCI (WHISTLEBLOWING SYSTEM)

W Allegro działa system informowania o nieprawidłowościach. Gwarantuje on poufność i bezpieczeństwo osób zgłaszających przypadki nieprawidłowości, w tym ochronę przed działaniami odwetowymi. Nasz system jest otwarty i dostępny dla każdego w firmie (zgłoszenia można również składać anonimowo za pomocą specjalnego formularza dostępnego online). Podlega on wytycznym dotyczącym rozpatrywania skarg i zażaleń na naruszenie Kodeksu Etyki.

Uruchomiliśmy specjalną platformę internetową, wprowadziliśmy dedykowany formularz online, udostępniliśmy specjalny adres e-mail oraz numer telefonu. Każde zgłoszenie jest analizowane i w razie potrzeby podejmowane są odpowiednie działania. W 2021 roku mieliśmy dwa zgłoszenia dotyczące naszej Polityki Przejrzystości. Dokładnie zbadaliśmy obie sprawy i zastosowaliśmy adekwatne kary wobec pracowników, którzy dopuścili się wykroczenia.

Wdrożyliśmy system ładu korporacyjnego, zarządzania ryzykiem i zapewnienia zgodności we wszystkich obszarach działalności Allegro. Obejmuje on standardy operacyjne, zapobieganie korupcji, przestrzeganie prawa konkurencji, zapobieganie konfliktom interesów, ochronę informacji i danych, zapobieganie bezprawnej dyskryminacji oraz ochronę własności i know-how firmy.

Nasz system obejmuje nie tylko przepisy obowiązujące w Allegro, ale także warunki współpracy z dostawcami: politykę zakupową oraz dodatkowe wymagania dla dostawców, w tym Kodeks Postępowania dla Dostawców oraz Kwestionariusz dla Dostawców i Partnerów Biznesowych dedykowany kluczowym dostawcom (czyli tym, których roczny kontrakt przekracza 100 tys. PLN). Zgodnie z wytycznymi Ministerstwa Finansów, spółki Grupy wprowadziły kompleksowy proces weryfikacji przy wyborze dostawców. Weryfikacja dokumentów finansowych, dokumentów rejestracyjnych firmy i rachunków bankowych pozwala na odrzucenie tych dostawców, których referencje budzą wątpliwości.

Wszyscy pracownicy przechodzą obowiązkowe szkolenie z zakresu wszystkich najważniejszych polityk podczas szkolenia onboardingowego. Podpisują również deklarację, w której zobowiązują się do przestrzegania zasad wymienionych w tych politykach. Dodatkowo, co roku organizujemy obowiązkowe szkolenia dla wszystkich naszych pracowników.

W Allegro zdajemy sobie sprawę, że proces zakupowy może nieść za sobą ryzyko korupcyjne. Dlatego też działy odpowiedzialne za zakupy są prześwietlane pod kątem ryzyk korupcyjnych i podlegają nadzorowi antykorupcyjnemu. W 2021 r. nie odnotowano ani jednego przypadku korupcji.

### PRZESTRZEGANIE PRZEPISÓW ANTYKORUPCYJNYCH I ANTYMONOPOLOWYCH, A TAKŻE PRZEPISÓW CHRONIĄCYCH ZBIOROWE INTERESY KONSUMENTÓW.

Zapewniamy najwyższą jakość i bezpieczeństwo produktów oferowanych na platformie Allegro, a także jakość obsługi i dostaw. Bardzo ściśle współpracujemy z UOKiK i lokalnymi rzecznikami konsumentów. W odpowiedzi na ich specyficzne potrzeby, uruchomiliśmy dedykowany adres e-mail, który ułatwia im kontakt z naszymi pracownikami. W 2021 roku na Allegro nie została nałożona ani jedna kara finansowa lub sankcja za niezgodność z przepisami prawa, naruszenie zasad dostaw lub korzystania z produktów i usług.



### 3.3.2. PRZESTRZEGANIE PRAW CZŁOWIEKA

Allegro.eu prowadzi swoją działalność w sposób etyczny i tego samego oczekuje od swoich partnerów biznesowych, pracowników i wykonawców. Jako lider w dziedzinie zrównoważonego rozwoju i odpowiedzialności, firma odpowiada na oczekiwania interesariuszy, a także na międzynarodowe i krajowe przepisy oraz wytyczne, przestrzegając wszystkich obowiązujących regulacji. Allegro.eu szanuje prawa człowieka przysługujące pracownikom i wykonawcom oraz oczekuje poszanowania praw człowieka od partnerów biznesowych.

Odpowiedzialność Allegro.eu za przestrzeganie praw człowieka opiera się na powszechnie uznanych prawach człowieka, które są zgodne z Międzynarodową Kartą Praw Człowieka/Powszechną Deklaracją Praw Człowieka oraz prawami podstawowymi określonymi w Deklaracji Międzynarodowej Organizacji Pracy dotyczącej Podstawowych Zasad i Praw w Pracy. Przestrzegamy praw człowieka w relacjach biznesowych, stojąc na straży praw pracowniczych, wolności zrzeszania się, a także Wytycznych ONZ dotyczących Biznesu i Praw Człowieka oraz Wytycznych OECD dla Przedsiębiorstw Wielonarodowych (Wytyczne OECD). Jako członek UN Global Compact, Allegro deklaruje zgodność z Dziesięcioma Zasadami UN Global Compact\* i jest zaangażowane w realizację Celów Zrównoważonego Rozwoju (SDGs). W firmie Allegro.eu znane są również zasady Organizacji Narodów Zjednoczonych dotyczące praw ludności tubylczej, kobiet, mniejszości narodowych i etnicznych, religijnych i językowych, dzieci, osób z niepełnosprawnościami, a także pracowników migrujących i ich rodzin..

W styczniu 2022 roku Zarząd Allegro.eu przyjął Politykę praw człowieka Allegro.eu. Polityka ta dotyczy wszystkich pracowników, wykonawców i partnerów biznesowych. Określa wymagania dla własnej działalności Allegro.eu (dotyczące pracowników, bezpośrednich działań, produktów lub usług), jak również zalecenia dla dostawców i partnerów określone w innych dodatkowych dokumentach i politykach, takich jak Kodeks Postępowania dla Dostawców. W 2022 roku zamierzamy zorganizować dodatkowe szkolenia dla pracowników z Polityki praw człowieka.

Allegro.eu przestrzega praw człowieka poprzez:

- Unikanie wywierania lub przyczyniania się do niekorzystnego wpływu na prawa człowieka poprzez własne działania oraz reagowanie na taki wpływ w przypadku jego wystąpienia
- Dążenie do zapobiegania lub łagodzenia negatywnego wpływu na prawa człowieka, który jest bezpośrednio związany z działalnością, produktami lub usługami Grupy, poprzez swoje relacje biznesowe, nawet jeśli nie przyczyniły się one do tego wpływu

Allegro.eu zamierza dochować należytej staranności, aby nie naruszać praw innych osób oraz podejmować działania w odpowiedzi na wszelkie wydarzenia, które mogłyby mieć negatywny wpływ na egzekwowanie praw człowieka, do których firma mogłaby się bezpośrednio przyczynić.

### ZAŁOŻENIA POLITYKI PRAW CZŁOWIEKA

#### 1. Przestrzegając praw człowieka, Allegro.eu dąży do:

- identyfikacji potencjalnych wpływów na prawa człowieka i miejsc, w których mogą one wystąpić
- ustalenia zakresu procesu identyfikacji ryzyka związanego z należyłą starannością Allegro.eu, określenia, czy obejmuje on tylko własną działalność firmy, czy również łańcuch wartości i inne działania, a także proces poprzedzający nawiązanie nowych relacji biznesowych (fuzje, przejęcia, joint venture itp.)
- identyfikacji kwestii, które Allegro.eu uwzględniło w sposób szczególny w procesie należytej staranności, a także grup szczególnie narażonych monitorowanych w trakcie tego procesu
- podkreślenia znaczenia systemu informowania o nieprawidłowościach i poufności zgłoszeń
- zapobiegania negatywnemu oddziaływaniu na prawa człowieka, w tym działaniom, które uniemożliwiają lub ograniczają jednostce korzystanie z jej praw człowieka
- kształcenia i podnoszenia kompetencji pracowników i wykonawców Grupy w zakresie przestrzegania i ochrony praw człowieka
- wspierania i edukowania dostawców i partnerów biznesowych w zakresie przestrzegania i ochrony praw człowieka
- aktywnego udziału w inicjatywach i działaniach ukierunkowanych na szeroką edukację i promocję istotnej roli biznesu na rzecz praw człowieka

#### 2. Allegro.eu rozwija proces należytej staranności w ochronie praw człowieka w celu identyfikacji i oceny potencjalnych wpływów i ryzyk związanych z przestrzeganiem praw człowieka:

- Należyta staranność w przestrzeganiu praw człowieka
- Śledzenie ryzyka związanego z ochroną praw człowieka
- Działania łagodzące
- Działania naprawcze
- Ocena potencjalnych kwestii związanych z łamaniem praw człowieka
- Monitorowanie skuteczności działań podejmowanych przez Grupę

#### 9. Allegro.eu zobowiązuje się przeciwdziałać:

- handlowi ludźmi
- pracy przymusowej
- pracy dzieci

#### 10. Allegro.eu zobowiązuje się do przestrzegania:

- wolności zrzeszania się
- prawa do negocjacji zbiorowych
- równego wynagrodzenia
- prawa do niedyskryminacji

Pracownicy Allegro nie są objęci układami zbiorowymi pracy, a organem przedstawicielskim pracowników jest Reprezentacja Pracowników. Więcej na temat niedyskryminacji i równego wynagrodzenia można znaleźć w sekcji Różnorodność w miejscu pracy.

## ZGODNOŚĆ Z NORMAMI PRACY I PRAWAMI CZŁOWIEKA

Allegro przestrzega obowiązujących przepisów prawa oraz stosuje się do Deklaracji Międzynarodowej Organizacji Pracy dotyczącej Podstawowych Zasad i Praw w Pracy, Wytycznych OECD dla Przedsiębiorstw Wielonarodowych, Wytycznych ONZ dotyczących Biznesu i Praw Człowieka oraz Dziesięciu Zasad UN Global Compact. W latach 2021 i 2020 nie wystąpiły żadne incydenty ani przypadki naruszenia praw pracowniczych i praw człowieka.

### 3.3.3. KODEKS POSTĘPOWANIA DOSTAWCÓW

W 2021 roku współpracowaliśmy z ponad 3 tysiącami sprawdzonych firm, które dostarczały nam produkty i usługi niezbędne do sprawnego funkcjonowania Allegro. Wybór dostawcy dla Allegro.pl/Ceneo.pl to wieloetapowy proces, który zapewnia nam wyłonienie najlepszej oferty i zagwarantowanie, że współpracujemy z wiarygodnym dostawcą.

Proces wyboru dostawcy Allegro.pl/Ceneo.pl:

**Krok 1** – Analiza dostawców i rozwiązań

**Krok 2** – Ocena wiarygodności i potencjału dostawcy

**Krok 3** – Analiza co najmniej trzech ofert handlowych

**Krok 4** – Negocjowanie warunków współpracy

**Krok 5** – Akceptacja warunków i podpisanie umowy o współpracy

W Allegro.pl rozróżniamy dwie grupy dostawców: tych, którzy dostarczają produkty, które są sprzedawane w Oficjalnym Sklepie Allegro 1P oraz tych, z których produktów i usług korzystamy wewnętrznie w celach biznesowych (np. administratorzy budynków, w których znajdują się nasze biura, dostawcy mediów i oprogramowania, systemów informatycznych, centrów danych, rozwiązań technologicznych i doradczych, usług reklamowych i marketingowych oraz innych usług i produktów).

Chcemy mieć pewność, że nasi dostawcy przestrzegają zasad, które są podobne do naszych. Jeśli łączna wartość umów z dostawcą przekroczy 100 000 PLN, dostawca Allegro.pl/Ceneo.pl zostaje objęty programem monitoringu i ewaluacji, zobowiązany jest do zaakceptowania i podpisania Kodeksu Postępowania dla Dostawców oraz Kwestionariusza dla Dostawców i Partnerów Biznesowych, a także złożenia pisemnej deklaracji przestrzegania Kodeksu Etyki Allegro (Kodeks Allegro) oraz Dziesięciu Zasad inicjatywy UN Global Compact. Pozwala nam to zweryfikować ich postępowanie pod względem etycznym, społecznym i środowiskowym. W 2021 r. kryteria spełniło 95% ocenianych dostawców. Stanowili oni 10% wszystkich nowych wykonawców (dane nie obejmują eBilet.pl). Szczegóły dotyczące łańcucha dostaw Allegro.pl oraz charakterystyka dostawców są wewnętrznymi informacjami firmy.

Ocena dostawcy*	2021	2020
% ocenionych nowych dostawców, którzy spełniali standardy społeczne, środowiskowe i etyczne	95%	99%
% wszystkich nowych dostawców poddanych ocenie	10%	9,7%

\* dane nie obejmują eBilet.pl

Zgodnie z zaleceniami Ministerstwa Finansów, spółki grupy wprowadziły kompleksowy proces weryfikacji dostawców. Dokumenty finansowe, dokumenty rejestracyjne firm i konta bankowe są sprawdzane w celu odrzucenia niezetelnych usługodawców. Wprowadziliśmy również politykę zakupową, procedury przetargowe, procedury kontrolingu i prawne, których celem jest zminimalizowanie wszelkich niezgodnych z prawem praktyk, naruszeń prawa, korupcji i nadużyć oraz innych negatywnych konsekwencji nieprzestrzegania przepisów w ramach Grupy. Dodatkowo, wszystkie procesy zakupowe w Allegro.pl i Ceneo.pl oparte są na zintegrowanych systemach informatycznych, które zapewniają pełną przejrzystość w zakresie przestrzegania procedur.

Wdrożyliśmy system ładu korporacyjnego, zarządzania ryzykiem i zapewnienia zgodności we wszystkich obszarach działalności Allegro. Obejmuje on standardy operacyjne, zapobieganie korupcji, przestrzeganie prawa konkurencji, zapobieganie konfliktom interesów, ochronę informacji i danych, zapobieganie nieprawnej dyskryminacji oraz ochronę własności i know-how firmy.

Nasz system obejmuje nie tylko przepisy obowiązujące w Allegro, ale także warunki współpracy z dostawcami: politykę zakupową oraz dodatkowe wymagania dla dostawców, w tym Kodeks Postępowania dla Dostawców oraz Kwestionariusz dla Dostawców i Partnerów Biznesowych dedykowany kluczowym dostawcom (czyli tym, których roczny kontrakt przekracza 100 tys. PLN). Zgodnie z wytycznymi Ministerstwa Finansów, spółki Grupy wprowadziły kompleksowy proces weryfikacji przy wyborze dostawców. Weryfikacja dokumentów finansowych, dokumentów rejestracyjnych firmy i rachunków bankowych pozwala na odrzucenie tych dostawców, których referencje budzą wątpliwości.

Obowiązki dostawców i partnerów biznesowych zgodnie z Dziesięcioma Zasadami UN Global Compact:

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

## 3.4. Odpowiedzialność za klientów i sprzedawców

### 3.4.1. OBOWIĄZUJĄCE UMOWY I REGULAMINY

Aktualnie obowiązujące dokumenty Allegro.pl dotyczące klientów i sprzedawców:

- Regulamin Allegro wraz z załącznikami, w tym:
  - Towary zakazane i dopuszczone warunkowo;
  - Zasady tworzenia Opisu oferty;
  - Polityka przerw technicznych oraz rekompensat za awarie techniczne;
  - Oplaty i prowizje od sprzedaży;
  - 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

### 3.4.2. BEZPIECZEŃSTWO KLIENTÓW

W naszej Strategii CSR i Zrównoważonego Rozwoju na lata 2020-2023 postawiliśmy sobie za cel zapewnienie bezpieczeństwa i komfortu naszym klientom, ochronę ich prywatności i praw konsumenckich. Bezpieczeństwo i wygoda klientów oraz sprzedających mają dla Allegro kluczowe znaczenie. Bezpieczeństwo klientów Allegro zapewnia:

- Program Ochrony Kupujących
- Program Współpraca w Ochronie Praw
- Zapobieganie sprzedaży podrobionych przedmiotów na platformie
- Zgłaszanie naruszeń praw i szybkie reagowanie
- Współpraca z agencjami rządowymi w celu wycofania produktów, które nie spełniają określonych norm lub nie są dopuszczone na rynek:
  - Podpisanie Protokołu ustaleń w sprawie sprzedaży podrabianych towarów w Internecie (Memorandum of Understanding on the sale of counterfeit goods on the internet) wspieranego przez Komisję Europejską
  - Współpraca z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKIK) oraz z miejskimi i powiatowymi rzecznikami konsumentów, m.in. w formie wspólnych konsultacji, opinii i analiz
  - Przystąpienie do Koalicji Antysmogowej wraz z Polskim Alarmem Smogowym i Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów
- Zasady dotyczące towarów zakazanych i dopuszczonych warunkowo
- Program Bezpieczne z@kupy w sieci
- Jakość mojej sprzedaży – transparentne oceny kupujących

### 3.4.3. BEZPIECZEŃSTWO I KOMFORT

Allegro ułatwia dokonywanie transakcji internetowych między kupującymi i sprzedającymi oraz tworzy bezpieczne środowisko, zapewniając m.in. wsparcie w zakresie obsługi klienta oraz wewnętrzny Program Ochrony Kupujących. Bezpieczeństwo produktów jest również jednym z priorytetowych obszarów, w którym wdrożyliśmy standardy i procedury znacznie bardziej zaawansowane niż te, które są wymagane przez istniejące zobowiązania prawne. Już w 2004 roku Allegro uruchomiło Program Współpracy w Ochronie Praw mający na celu wyeliminowanie produktów podrabianych. Od 2011 roku Allegro jest również sygnatariuszem Protokołu ustaleń w sprawie sprzedaży podrabianych towarów w Internecie (Memorandum of Understanding on the sale of counterfeit goods on the internet), a w 2020 roku dołączyliśmy do inicjatywy Product Safety Pledge. Ponadto, ponieważ działamy głównie na rynku polskim, współpracujemy bezpośrednio z właściwymi organami w Polsce, głównie z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Realizowaliśmy również kampanie ad hoc w odpowiedzi na konkretne problemy, jak np. w ramach koalicji antysmogowej, której celem była walka ze sprzedażą nielegalnych pieców w internecie.

### TECHNOLOGICZNE CREDO ALLEGRO

Jako członek European Tech Alliance (EUTA) i innych organizacji biznesowych w Polsce i na poziomie UE, wnosimy wkład w dialog regulacyjny. Naszym celem jest stworzenie optymalnych warunków dla innowacji, zapewnienie odpowiedniego wsparcia dla sprzedających oraz bezpieczeństwa i łatwości użytkowania dla klientów, a także równych szans dla wszystkich uczestników, w tym scale-upów. Aby podkreślić swój udział w toczącej się w UE debacie, Allegro zaprezentowało swoje EU Tech Credo, w którym podkreślamy, jak ważne jest, aby polityki UE były skutecznie budowane w oparciu o zasady takie jak proporcjonalność, inteligentne regulacje i spójność pomiędzy różnymi celami politycznymi i przepisami prawnymi. Przepisy regulujące obowiązki platform, podatki, innowacyjne rozwiązania płatnicze, wykorzystanie sztucznej inteligencji i danych powinny pozwolić nam na innowacje i rozwój najnowocześniejszych usług bez spowalniania procesów lub tworzenia nieuzasadnionych kosztów czy niesprawiedliwych obciążeń administracyjnych.

Allegro postrzega ramy prawne jako ważny czynnik sukcesu i konkurencyjności dla wszystkich firm w UE. Dlatego opowiadamy się za przepisami, które wspierają unijne przedsiębiorstwa w innowacjach i wykorzystywaniu nowych technologii do poprawy usług dla konsumentów. Naszym celem jest dążenie do ciągłej poprawy doświadczeń naszych klientów i partnerów, wspieranie inwestycji i innowacji oraz zatrudnianie największych talentów. Jednocześnie uważamy, że przepisy UE mogą pomóc w stworzeniu jednolitego rynku cyfrowego, który umożliwi przedsiębiorstwom prowadzenie działalności i rozwój we wszystkich krajach, gwarantując, że ustanowione tu przepisy będą miały zastosowanie i będą egzekwowane w równym stopniu wobec wszystkich przedsiębiorstw prowadzących działalność w całej Europie.

### PROGRAM OCHRONY KUPUJĄCYCH (POK)

Dzięki gwarancji bezproblemowych zakupów na każdym etapie transakcji aż 91% naszych klientów ocenia zakupy na platformie Allegro jako bezpieczne. Mogą oni mogą 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 wystąpienia jakichkolwiek problemów z zakupem.

Program Ochrony Kupujących w Allegro	2021	2020	2019
% klientów, którzy uważają, że zakupy na Allegro są bezpieczniejsze lub równie bezpieczne, co na innych platformach	91,39%	93,03%	92,0%
Wskaźnik NPS wśród klientów Allegro korzystających z POK	+80,02	+71,32	+66,73
Średnia liczba transakcji na Allegro.pl przypadająca na jeden zwrot w ramach POK	4 883	7 440	12030
Średni czas oczekiwania na otrzymanie zwrotu	5 days	5 days	5 days
Średni czas oczekiwania na otrzymanie zwrotu – użytkownicy usługi SMART	12h	12h	12h

Ochroną objęte są wszystkie oferty w serwisach Allegro i Allegro Lokalnie, w których płatność została dokonana 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 tys. PLN. Procedura zgłaszania została uproszczona do niezbędnego minimum (np. konsumenci nie muszą już wpisywać numeru swojego rachunku bankowego w formularzu POK). Wystarczy wypełnić formularz online, a staje się to jeszcze prostsze, jeśli problem został zgłoszony w dyskusji rozpoczętej na platformie.

W 2021 roku w badaniu NPS (Net Promoter Score) przeprowadzonym wśród klientów korzystających z POK, Allegro uzyskało wynik +80,02 (a najwyższy możliwy wynik to 100). POK jest głównym czynnikiem wpływającym na wskaźnik wygody procesów pozakupowych (C-Index dla POK wynosi ponad 9, najwyższa możliwa ocena to 10). Oznacza to, że większość klientów poleca Allegro jako bezpieczne miejsce do robienia zakupów, a program POK jest przez nich dobrze postrzegany.

### PROGRAM WSPÓŁPRACA W OCHRONIE PRAW

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

Rozpatrujemy zgłoszenia dotyczące naruszeń:

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

Chronimy:

- prawa właścicieli marek
- sprzedających przed prawnymi konsekwencjami, często nieświadomie dokonywanych 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. Współpracujemy również z wiodącymi markami, egzekwując postanowienia Protokołu ustaleń w sprawie sprzedaży podrabianych towarów w Internecie.

### PRODUCT SAFETY PLEDGE

Jako sygnatariusz zobowiązania Product Safety Pledge, uruchomiliśmy dedykowaną stronę internetową (<https://allegro.pl/zobacz/safety-pledge>), aby informować naszych klientów o naszych zobowiązaniach w ramach tego mechanizmu. Zamieściliśmy również odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania, takie jak: Dlaczego moja oferta została usunięta? Gdzie mogę znaleźć informacje na temat niebezpiecznych produktów? Czym jest Safety Gate? Kto decyduje o tym, czy mój produkt jest niebezpieczny? Zamieściliśmy również linki do bazy danych Safety Gate i właściwych organów krajowych.

Allegro było jedną z pierwszych europejskich firm, które przystąpiły do programu Product Safety Pledge. Jest to inicjatywa Komisji Europejskiej i największych platform e-commerce mająca na celu zapewnienie bezpieczeństwa konsumentom i edukację klientów. Program Product Safety Pledge wspiera krajowe i europejskie organy nadzoru rynku w eliminowaniu z rynku produktów niebezpiecznych.

Włączenie się Allegro do tej inicjatywy jest ważnym aspektem naszej obecności w Brukseli jako jednej z największych europejskich firm technologicznych i wzmacnia wiarygodność w relacjach z instytucjami unijnymi, które chcą wykorzystać nasze ponad 22-letnie doświadczenie i wiedzę na temat ochrony konsumentów w Internecie.

Allegro codziennie weryfikuje nowe oferty pod kątem listy niebezpiecznych produktów w Safety Gate oraz monitoruje alerty polskich władz.

### WSPÓŁPRACA Z WŁADZAMI PUBLICZNYMI I INNYMI ZAINTERESOWANYMI STRONAMI

W celu ułatwienia współpracy z krajowymi organami odpowiedzialnymi za nadzór rynku, Allegro utworzyło jeden punkt kontaktowy dla zainteresowanych stron. Zorganizowaliśmy również kilka spotkań, na których prezentowaliśmy nasze wewnętrzne polityki i procedury.

Kontynuowaliśmy współpracę z władzami publicznymi, prowadząc konsultacje w ramach dedykowanej drogi kontaktu. Warto również podkreślić nasz bezpośredni udział podczas takich wydarzeń jak: Webinarium zorganizowane przez Rzeczników Konsumentów (oraz pracowników inspekcji handlowych i pracowników UOKiK) w dniu 14 maja 2021 r. czy Międzynarodowa Konsumentka Konferencja Naukowa, która odbyła się 8 października 2021 r. Podczas wystąpień przedstawiciele naszej firmy przedstawili pro-kliencką metodę rozwiązywania problemów potransakcyjnych klientów Allegro oraz zachęcali do korzystania z dedykowanej ścieżki kontaktu z Allegro.

## WALKA Z WYKLUCZENIEM KONSUMENTÓW

ItNaszym priorytetem jest zapewnienie, że nasza platforma działa sprawnie i oferuje różnorodnym konsumentom szybkie i bezpieczne zakupy, gwarantując bezpieczeństwo naszym pracownikom, klientom i partnerom biznesowym

### DOSTĘPNOŚĆ ZAKUPÓW ONLINE: KANAŁ KONTAKTU DLA OSÓB NIESŁYSZĄCYCH

W listopadzie 2021 roku Allegro wprowadziło kolejną innowację, dzięki której zakupy w sieci stały się jeszcze bardziej dostępne. Nowy kanał kontaktu umożliwił niesłyszącym użytkownikom prowadzenie wideocztatu z asystą online tłumacza polskiego języka migowego. Oprócz wsparcia w zakupach, platforma wprowadziła również dedykowane kanały kontaktu dla osób niedowidzących lub niedosłyszących odbierających przesyłki z automatów paczkowych One Box by Allegro.

Kontakt z naszymi konsultantami z pomocą tłumacza polskiego języka migowego podniesie poziom obsługi klientów z wadami słuchu, którzy do tej pory mieli jedynie dostęp do takich kanałów jak e-mail czy tradycyjny czat. Dzięki wideokonferencjom będziemy mogli szybciej zaoferować im wsparcie, co naszym zdaniem zwiększy satysfakcję klientów. Jednocześnie zależy nam na zapewnieniu pełnego wsparcia technicznego dla każdego, kto korzysta z naszych automatów paczkowych One Box by Allegro, dlatego każdy z nich posiada oznaczenia w alfabecie Braille'a oraz kod QR, który pozwala na połączenie online z Tłumaczem Migam.

Nowy kanał kontaktowy dla osób niesłyszących to nie pierwsza inicjatywa platformy mająca na celu przeciwdziałanie wykluczeniu cyfrowemu. Allegro dostosowało również swoją aplikację do potrzeb osób z całkowitą lub częściową utratą wzroku, a także konsultuje się z partnerami społecznymi, aby nowe usługi były od początku projektowane z myślą o różnych potrzebach klientów.

### SILVER GENERATION

Pracujemy nad tym, aby nasze usługi były dostępne dla osób w wieku 65+, ponieważ ta grupa wiekowa nadal napotyka trudności w korzystaniu z narzędzi internetowych i często wymaga osobistej pomocy. Aby

umożliwić im bezpieczne zakupy z domu, stworzyliśmy szereg dedykowanych rozwiązań, m.in Infolinię Allegro dla Seniorów oraz cykl szkoleń online dla seniorów, organizowanych we współpracy z Krajowym Instytutem Gospodarki Senioralnej. W maju 2021 roku wyżej wymienione inicjatywy zostały zakończone i połączone w dedykowaną kampanię [toproste.allegro.pl](https://toproste.allegro.pl).

W 2021 roku Allegro.pl kontynuowało prowadzenie dodatkowego kanału kontaktu „Infolinia Allegro dla Seniorów”, uruchomionego w 2020 roku. Infolinia jest wygodnym uzupełnieniem istniejących już kanałów kontaktu 24/7 zarówno dla kupujących, jak i sprzedających, do których należą: formularz kontaktowy online, popularne komunikatory i czaty, usługa oddzwaniań oraz niedawno uruchomiona funkcja społecznościowa Allegro Gadane. Infolinia jest dostępna codziennie w godzinach od 8:00 do 20:00. Za jej pośrednictwem seniorzy mogą uzyskać porady dotyczące zakupów w Internecie, a także pomoc konsultantów na każdym etapie procesu zakupowego – od założenia konta po pomoc w wyborze najdogodniejszej opcji płatności i dostawy, w tym darmowej dostawy z Allegro Smart!

Allegro przeprowadziło również badanie „Silver Tsunami – seniorzy jako użytkownicy internetu”, aby lepiej zrozumieć potrzeby i wyzwania stojące przed osobami w wieku 50+. Przedstawiciele Allegro wzięli udział w dwóch konferencjach zorganizowanych przez Krajowy Instytut Gospodarki Senioralnej na temat tzw. srebrnej gospodarki: „Seniorzy w świecie cyfrowej rewolucji” oraz „ABC technologii, czyli jak sprytnie być online”.

Dodatkowo, w marcu 2021 roku Allegro uruchomiło cykl szkoleń online dla osób w wieku 50+ organizowanych we współpracy z partnerem zewnętrznym, wspomnianym już polskim Krajowym Instytutem Gospodarki Senioralnej. Instytut uznawany jest za organizację ekspercką, której misją jest dzielenie się wiedzą i przygotowywanie rozwiązań mających na celu dostosowanie naszej gospodarki i społeczeństwa do potrzeb osób starszych. Instytut od lat analizuje różne aspekty życia Silver Generation, w tym jego preferencje zakupowe. Łącząc siły z Instytutem chcemy pomóc osobom w wieku 50+ korzystać z możliwości, jakie daje Internet i skutecznie usuwać bariery cyfrowe. Przykładowo, podczas naszych szkoleń online eksperci Allegro tłumaczą, jak rozpocząć przygodę z zakupami na platformie zakupowej, na co zwraca uwagę przy dokonywaniu wyborów i jak bezpiecznie sfinalizować zakup.

## PROGRAM EDUKACYJNY DLA MŁODZIEŻY I DZIECI

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 sprzedających, jak bezpiecznie płacić za zakupy w cyberprzestrzeni, a także jak chronić się przed kradzieżą tożsamości. W 2021 roku zorganizowaliśmy 34 warsztatów, w większości online, dla ponad 3000 uczestników.

## ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA REKLAMĘ I MARKETING

Sprzedaż i emisję reklam regulują:

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

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 drugim roku działalności Allegro Gadane zanotowało ponad 3,3 mln odsłon, a dzięki treściom zamieszczonym przez społeczność udało się rozwiązać aż 536 tys. problemów. Grywalizacja (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.

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.

Wysoki poziom satysfakcji kupujących pozwolił nam uzyskać najlepszy w swojej klasie wskaźnik NPS (Net Promoter Score) na poziomie 78,9 w IV kwartale 2021 r. w porównaniu z 76,1 w IV kwartale 2020 r.

Regulamin platformy ma dla Allegro znaczenie nadrzędne, dlatego stale monitorujemy sprzedających i oferty oraz analizujemy wszystkie zgłaszane problemy. Przykładem może być Program Ochrony Kupujących, system komentarzy czy rozpoczęcie Dyskusji ze sprzedającym (za pomocą platformy komunikacyjnej, na której kupujący i sprzedający mogą rozwiązać zaistniały problem między sobą lub, na prośbę klienta, przy wsparciu ze strony pracownika Allegro).

Dyskusje	2021	2020	2019
Liczba otwartych dyskusji	4,8 mln	3,9 mln	1,4 mln
% dyskusji rozwiązanych pomyślnie	98%	97%	96%

## POZASĄDOWE ROZWIĄZYWANIE SPORÓW DLA KONSUMENTÓW

Użytkownik będący konsumentem może wszcząć pozasądowe postępowanie w sprawie rozstrzygnięcia reklamacji i dochodzenia roszczeń przed Stałym Polubownym Sądem Konsumenckim przy Wojewódzkim Inspektorze Inspekcji Handlowej w Poznaniu. Informacje o sposobie wszczęcia takiego postępowania oraz o procedurach rozstrzygnięcia sporów można znaleźć na stronie <http://www.uokik.gov.pl> w zakładce "Rozstrzygnięcie sporów konsumenckich". Konsumenti mogą również skorzystać z unijnej platformy ODR dostępnej pod adresem: <http://ec.europa.eu/consumers/odr/>. Szczegółowe informacje o tym, jak złożyć reklamację, można znaleźć tutaj: <https://allegro.pl/pomoc/faq/system-rozstrzygnięcia-sporów-konsumentów-odr-AVXxBkejDFe>.

### 3.4.4. ODPOWIEDZIALNOŚĆ WOBEC SPRZEDAJĄCYCH

W 2021 roku na Allegro działało ponad 133 000 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 sprzedających, 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 sprzedających, którzy prowadzą swoją firmę na Allegro. Sprzedawcy, którzy osiągają dobre wyniki w oparciu o obiektywne kryteria, takie jak wielkość sprzedaży, szybkość dostawy, opinie i to, jak sprawnie rozpatrywane są reklamacje, otrzymują indeksowany ranking jakości, pozwalający zakwalifikować ich do grona Super Sprzedawców. Program ten pozwala nam zapewnić najwyższą jakość usług świadczonych przez naszych sprzedawców. Kluczową korzyścią dla sprzedających jest tag Super Sprzedawca wyświetlany przy ofertach, który wyróżnia sprzedawcę. 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 aktywacyjne** – przeznaczone do wspierania rozwoju sprzedających poprzez nagradzanie ich za podejmowanie określonych działań na platformie.

Allegro oferuje narzędzia i usługi dla sprzedających takie jak: Allegro Ads, Allegro Finance, Promuj swoje oferty, Usprawnij sprzedaż, Wystawiaj ogłoszenia, Kredyt i leasing dla firm, Jakość mojej sprzedaży i Bezpłatne szkolenia online.

Wysyłam z Allegro to nowe narzędzie do realizacji zamówień. Allegro wprowadziło nową usługę odroczonej płatności w transakcjach między firmami. Dzięki niej sprzedający 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

Narzędzie do zarządzania sprzedażą i monitorowania trendów w sprzedaży. Obliczamy precyzyjnie wszystkie wskaźniki i prezentujemy informacje na temat jakości sprzedaży realizowanej przez sprzedawców. Dzięki temu są oni w stanie szybko zidentyfikować mocne strony oraz słabości, 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. Oceny mogą być wystawiane wraz z komentarzem opisowym. 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.

## PROGRAMY EDUKACYJNE

Akademia Allegro, obok szkoleń i webinarów, służy aktywizacji sprzedawców i pomaga im w rozwijaniu działalności.

## AKADEMIA ALLEGRO

Akademia Allegro to darmowy program edukacyjny online, który powstał w 2020 roku. Platforma edukacyjna oferuje bezpłatne kursy online i jest dostępna jest w dwóch wersjach językowych – polskiej i angielskiej, a od 2021 roku znaleźć na niej można również kursy również w języku chińskim. Platforma ta jest dostępna bezpłatnie dla wszystkich użytkowników Allegro.pl, którzy mogą brać udział w kursach on-line, zapisywać się na webinary 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. Wśród naszych licznych kursów, webinarów i podcastów znajdziesz 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 grafiki na Allegro, Pakowanie paczek a zero waste, Analityka internetowa, Profesjonalna komunikacja w biznesie oraz Kryzysy w komunikacji z klientami.

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

Akademia Allegro	2021	2020
Liczba kursów dostępnych w Akademii Allegro	72	50
<i>w tym kursy Akademii Allegro w języku angielskim</i>	18	7
Liczba poradników dla sprzedających i kupujących	95	60
<i>w tym tutoriale Akademii Allegro w języku angielskim</i>	40	
Liczba webinarów	454	177
Liczba uczestników webinarów	51 962	18 791
Liczba unikalnych użytkowników, którzy weszli na stronę Akademii Allegro	1 080 996	962 087
Odsłony na kanale YouTube	3,4m	876 700
Liczba godzin obejranych materiałów wideo na kanale YouTube	39,8 tys	8 800
Liczba ekspertów w Akademii Allegro	54 (6 zewnętrznych)	51 (5 zewnętrznych)

## SZKOLENIA I WEBINARIA

Dzięki dodatkowym szkoleniom i webinarom powstała przestrzeń dla sprzedających, w której nie tylko dzielimy się wiedzą, ale także umożliwiamy nawiązywanie kontaktu. Jest to miejsce, w którym sprzedający 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 sprzedającym pewność, że ich głos jest słyszany. Webinaria dostępne są również w języku polskim, angielskim i chińskim..

## WEWNĘTRZNY SYSTEM ROZPATRYWANIA REKLAMACJI

Allegro.pl zapewni 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 dotyczące kwestii wymienionych we wspomnianym rozporządzeniu mogą być składane przez użytkowników pod adresem <https://na.allegro.pl/skarga>. W 2021 r. otrzymaliśmy 1 036 reklamacji na prawie 2 200 000 wszystkich zgłoszeń do naszego działu obsługi klienta.

## POZASĄDOWE ROZWIĄZYWANIE SPORÓW DLA SPRZEDAJĄCYCH

Allegro.pl może podjąć próbę polubownego rozstrzygnięcia sporów z użytkownikami biznesowymi, wykorzystującymi Allegro do oferowania przedmiotów 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 pokryje uzasadnioną część całkowitych kosztów mediacji, które zostaną ustalone przez strony indywidualnie dla każdego przypadku. Lista mediatorów oraz regulamin mediacji dostępne są pod adresem [eiminstitut@gmail.com](mailto:eiminstitut@gmail.com).

## 3.4.5. PRYWATNOŚĆ KLIENTÓW I OCHRONA ICH DANYCH ORAZ CYBERBEZPIECZEŃSTWO

Zasady i polityki Grupy obejmują:

- 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

W Allegro satysfakcja klienta zaczyna się od zapewnienia mu bezpieczeństwa i pewności, że zakup będzie udany. Zarządzanie cyberbezpieczeństwem jest jednym z naszych priorytetów. Zlecamy Ocenę Dojrzałości Cyberbezpieczeństwa, która jest audytem zewnętrznym przeprowadzanym dwa razy do roku przez firmę zewnętrzną. W ostatnim badaniu w 2021 roku Allegro.pl uzyskało wynik wyższy niż średnia rynkowa i wyższy niż dwa lata temu. Stosujemy wiele rozwiązań w zakresie bezpieczeństwa, z których wszystkie są na bieżąco monitorowane i ulepszone. Wprowadziliśmy również prywatny i publiczny program Bug Bounty, w ramach którego użytkownicy mogą informować dział IT o wykrytych na naszej platformie lukach bezpieczeństwa. Posiadamy również zespół CERT Allegro (Computer Emergency Response Team), który jest interdyscyplinarnym zespołem powołanym w celu zwiększenia bezpieczeństwa w Allegro oraz budowania świadomości w zakresie bezpieczeństwa wśród naszych pracowników i użytkowników. CERT Allegro reaguje na zagrożenia cyberbezpieczeństwa, dzieli się informacjami, wiedzą i doświadczeniem związanym z cyberzagrożeniami z innymi zewnętrznymi zespołami CERT oraz wspiera podnoszenie świadomości w zakresie bezpieczeństwa wśród pracowników i użytkowników.

Jesteśmy członkiem Trusted Introducer, inicjatywy największej europejskiej organizacji zrzeszającej zespoły reagowania na cyberzagrożenia. Jesteśmy również aktywnymi członkami różnych grup roboczych, w tym Grupy IAB Polska ds. cyberbezpieczeństwa (której przewodniczy jeden z naszych pracowników) oraz Grupy Roboczej ds. cyberbezpieczeństwa w łańcuchu dostaw przy Kancelarii Prezesa Rady Ministrów.

Starannie chronimy również dane osobowe. Zachowujemy pełną zgodność z przepisami RODO. Uważnie śledzimy decyzje i wytyczne wydawane przez Urząd Ochrony Danych Osobowych (UODO) oraz EDPB (Europejską Radę Ochrony Danych), które analizujemy i w razie potrzeby dostosowujemy do nich nasze działania. Wszyscy pracownicy Allegro przechodzą szkolenia z zakresu polityki bezpieczeństwa i RODO. Przeprowadzamy również audyty w celu sprawdzenia zgodności z przepisami RODO. Kontrola zewnętrzna przeprowadzona w okresie od września do grudnia 2020 r. nie wykazała żadnych istotnych uchybień.

W 2021 r. nie odnotowano żadnych poważnych incydentów ani naruszeń ochrony danych. Najpoważniejszy incydent w 2021 roku, który został zgłoszony do UODO dotyczył zagubionego listu poleconego pomiędzy Ceneo.pl a jednym z partnerów zawierającego umowę i pełnomocnictwo z danymi osobowymi pracowników Ceneo.pl. Operator pocztowy nie potrafił wyjaśnić, gdzie znajduje się przesyłka. W świetle wytycznych ENISA, którymi kieruje się Grupa w przypadku incydentów związanych z ochroną danych osobowych, byliśmy zobowiązani do zgłoszenia tego faktu.

W 2021 roku, w związku ze skargami złożonymi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych, Allegro było stroną 5 nowych postępowań. Pięć postępowań zakończonych w 2021 r. zakończyło się naganą Urzędu (4 dotyczące Allegro.pl i 1 dotyczące eBilet.pl) oraz jedną decyzją pozytywną (Allegro.pl).

W 2021 roku na Allegro nie zostały nałożone żadne kary za naruszenie przepisów o ochronie danych osobowych. Na każdym etapie zbierania i przetwarzania danych dbamy o przestrzeganie obowiązku informowania klienta o celu i zakresie przetwarzania jego danych oraz o prawie dostępu do nich i ich poprawiania.

Zasady i polityki przyjęte przez Allegro związane z prywatnością klientów, ochroną danych i cyberbezpieczeństwem obejmują:

- Politykę bezpieczeństwa (w tym zasady zarządzania incydentami bezpieczeństwa)
- Procedurę obsługi i zgłaszania istotnych incydentów do CERT Polska
- Procedurę rejestrowania incydentów związanych z bezpieczeństwem danych i zarządzania nimi
- Procedurę obiegu NDA
- Zasady przechowywania danych osobowych
- Procedurę zgłaszania naruszeń ochrony danych osobowych do Urzędu Ochrony Danych Osobowych
- Politykę zarządzania ciągłością działania

Naszym najwyższym priorytetem jest zapewnienie wysokiego poziomu bezpieczeństwa infrastruktury i danych, poprzez zastosowanie podejścia warstwowego. Platforma jest chroniona przez wiele warstw zabezpieczeń, w tym zabezpieczenia przed atakami DDoS, systemy wykrywania botów czy firewalle aplikacji internetowych.

Dokładamy wszelkich starań, aby zapewnić bezpieczeństwo konsumentów oraz chronić systemy i przetwarzane w nich dane konsumentów. Opracowaliśmy również zasady i procedury zarządzania ryzykiem związanym z bezpieczeństwem danych. Stosujemy techniczne środki bezpieczeństwa, które są okresowo sprawdzane przez wewnętrznych audytorów, zewnętrznych testerów penetracyjnych oraz analityków bezpieczeństwa.

Uczestniczymy również w prywatnych i publicznych programach Bug Bounty i korzystamy z usług stron trzecich w celu poprawy naszych praktyk bezpieczeństwa oraz zapobiegania i wykrywania oszustw.

Opracowaliśmy również zasady i procedury zarządzania ryzykiem w zakresie bezpieczeństwa danych. Dokładamy wszelkich starań, aby zapewnić bezpieczeństwo konsumentom korzystającym z naszej platformy. W tym celu wprowadziliśmy szereg technicznych i organizacyjnych środków bezpieczeństwa, które wdrożyliśmy proporcjonalnie do szacowanego ryzyka.

Warto podkreślić, że wszystkie te rozwiązania są monitorowane i na bieżąco unowocześniane, aby sprostać istniejącym zagrożeniom i poziomowi ryzyka. Regularnie testujemy nasze rozwiązania w zakresie bezpieczeństwa poprzez przeprowadzanie testów penetracyjnych oraz niezależnych i wewnętrznych audytów.

<b>Naruszenia cyberbezpieczeństwa i prywatności danych</b>	2021	2020	2019
Naruszenia cyberbezpieczeństwa (całkowita liczba zidentyfikowanych wycieków, kradzieży lub utraty danych klientów)	0	0	0
Naruszenia prywatności danych (zgłoszone do odpowiednich organów)	1	1	0

<b>Całkowita liczba uzasadnionych skarg dotyczących prywatności:</b>	2021	2020	2019
Skargi przekazane do organu regulacyjnego (PUODO) wymagające działań naprawczych	5	1	0

Na bieżąco odpowiadamy na wszelkie pytania, wnioski i skargi dotyczące danych osobowych, składane przez interesariuszy zewnętrznych, choć nie prowadzimy szczegółowych statystyk dotyczących różnych rodzajów zgłoszeń.

Jednym z najważniejszych aspektów bezpieczeństwa jest czynnik ludzki i budowanie świadomości wśród pracowników. Wszyscy nasi pracownicy przechodzą szkolenia z zakresu polityki bezpieczeństwa i RODO (obejmujące zarówno informacje ogólne, jak i wewnętrzne polityki i procedury). Odbývają się one podczas sesji onboardingowych i są powtarzane co roku. W trakcie szkoleń onboardingowych prowadzimy również warsztaty z zakresu bezpieczeństwa z wykorzystaniem studiów przypadku, które pomagają w rozpoznawaniu kampanii phishingowych.

Organizujemy również dodatkowe szkolenia dla pracowników z zakresu zagrożeń bezpieczeństwa, socjotechniki i prywatności w sieci. Wykorzystujemy każdą okazję, aby edukować naszych pracowników w zakresie bezpieczeństwa. W tym roku obchodziliśmy m.in. Dzień Bezpiecznego Internetu, Dzień Ochrony Danych

Osobowych oraz Światowy Dzień Hasła. Organizujemy również szereg konkursów i zawodów, m.in. z okazji Dnia Bezpieczeństwa Komputerowego.

Allegro.eu jest właścicielem silnych marek takich jak Allegro, Ceneo, czy eBilet. Nieustannie dążymy do tego, aby były one jeszcze bardziej rozpoznawalne zarówno przez kupujących, jak i sprzedających dzięki public relations i strategicznym współpracom. Zajmujemy się zarówno marketingiem tradycyjnym, jak i internetowym.

Dbamy o to, aby nasze komunikaty marketingowe były zawsze jasne, jednoznaczne i rzetelne. Tego samego wymagamy również od firm, które reklamują swoje towary na naszej platformie. Każdy musi przestrzegać Regulaminu sprzedaży i emisji reklam na Allegro.pl, a nasz Serwis Ogłoszeń reguluje Regulamin Serwisu Ogłoszeń.





## 3.5. Odpowiedzialność środowiskowa

### 3.5.1. PODEJŚCIE W KWESTII WPŁYWU NA ŚRODOWISKO

Jako lider zrównoważonego rozwoju i wiodąca marka e-commerce w Polsce, która prowadzi działalność w tym kraju od ponad 22 lat, czujemy się odpowiedzialni za zarządzanie i skalowanie naszego pozytywnego wpływu na rynek, na którym działamy. W miarę postępów w dążeniu do zrównoważonego rozwoju, stawiając sobie jeszcze ambitniejsze cele, musimy być również dobrze przygotowani na nadchodzącą zmiany regulacyjne (w tym Europejski Zielony Ład).

W Strategii CSR i Zrównoważonego Rozwoju Allegro na lata 2020-2023 skupiamy się w większym stopniu na ekologizacji naszych działań i redukcji emisji dwutlenku węgla, a także kładziemy duży nacisk na kwestie środowiskowe. Allegro jest na dobrej drodze, aby stać się platformą dla zrównoważonych zakupów, pomagając klientom dokonywać coraz bardziej odpowiedzialnych wyborów poprzez ekspozycję i promocję zrównoważonych produktów, a także zmniejszanie obciążenia dla środowiska w procesie dostawy. Naszą ambicją jest ciągle zmniejszanie naszego negatywnego wpływu na środowisko, w szczególności poprzez redukcję emisji. Dążymy do tego, aby z roku na rok była ona coraz niższa.

Grupa dąży do tego, aby jej działalność była bardziej przyjazna dla środowiska w sposób przejrzysty, odpowiedzialny i zrównoważony. Ambicją Grupy jest ciągle zmniejszanie negatywnego wpływu na środowisko, w szczególności poprzez redukcję emisji gazów cieplarnianych.

### 3.5.2. POLITYKA KLIMATYCZNA ALLEGRO.EU

Grupa dąży do tego, aby jej działalność była bardziej przyjazna dla środowiska w sposób przejrzysty, odpowiedzialny i zrównoważony. Ambicją Grupy jest ciągle zmniejszanie negatywnego wpływu na środowisko, w szczególności poprzez redukcję emisji gazów cieplarnianych.

#### CELE KLIMATYCZNE

Allegro.eu zobowiązało się do wyznaczenia opartych na naukowych podstawach celów redukcji emisji zgodnie z Porozumieniem Paryskim i dołączyło do globalnej inicjatywy Science Based Targets (SBTi).

W dniu 13 września 2021 roku Allegro.eu wystosowało list intencyjny zatwierdzony przez Zarząd Allegro.eu. W ten sposób Allegro.eu zobowiązało się publicznie do wyznaczenia w ciągu 24 miesięcy celu klimatycznego opartego na podstawach naukowych, zgodnego z kryteriami SBTi.

Cele oparte na nauce są zgodne z tym, co najnowszymi założeniami, które zostały przyjęte przez naukę i są konieczne do osiągnięcia celów Porozumienia Paryskiego – ograniczenia globalnego ocieplenia do poziomu znacznie poniżej 2°C powyżej poziomu sprzed epoki przemysłowej oraz kontynuowania wysiłków na rzecz ograniczenia ocieplenia do 1,5°C.

### 3.5.3. RYZYKO I MOŻLIWOŚCI ZWIĄZANE Z KLIMATEM – GRUPA ZADANIOWA DS. UJAWNIAJĄCA INFORMACJE FINANSOWYCH ZWIĄZANYCH Z KLIMATEM (TCFD)

Zgodnie z zaleceniami Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD, Grupa Zadaniowa ds. Ujawniania Informacji Finansowych Związanych z Klimatem), szanse i ryzyka związane z klimatem są odpowiednio identyfikowane, oceniane i zarządzane w Allegro.

Spółka określiła ryzyka i szanse związane z klimatem dla dwóch scenariuszy klimatycznych i trzech scenariuszy czasowych.

Zalecenia TCFD	Metoda realizacji:
Określenie perspektywy krótko-, średnio – i długoterminowej	<ul style="list-style-type: none"> <li>perspektywa krótkoterminowa – od 2022 do 2025 r. (obecny okres prognozy wyników)</li> <li>perspektywa średnioterminowa – 2025 do 2030 (w oparciu o średniookresowe cele klimatyczne UE)</li> <li>perspektywa długoterminowa – 2030 do 2050 (w oparciu o długoterminowe cele klimatyczne UE)</li> </ul>
Analiza dwóch różnych scenariuszy, w tym jednego zakładającego wzrost temperatury o 2°C lub mniej	Ryzyko przeanalizowano w kontekście dwóch scenariuszy klimatycznych: 1.5-<2°C i 4°C
Ocena elastyczności planów strategicznych	Ryzyka oceniane są rezydualnie, tj. z uwzględnieniem istniejących w Allegro mechanizmów zarządzania ryzykiem, przyjętej strategii i wyznaczonych celów.

Przygotowując scenariusze klimatyczne i oceniając ryzyko, Allegro.eu korzystało z danych Międzypaństwowego Zespołu do spraw Zmian Klimatu (IPCC). Wyodrębniono dwa warianty emisji RCP:

- RCP 2.6** – wariant zakładający wzrost temperatury o ok. 1,5°C do końca stulecia;
- RCP 8.5** – wariant zakładający wzrost temperatury o ok. 4°C do końca stulecia

Wybrane scenariusze klimatyczne zostały skalibrowane pod kątem warunków lokalnych i potencjalnego wpływu na sektor.

Scenariusz podstawowy	Scenariusz alternatywny
Scenariusz zakładający 1,5-2°C (zgodnie z Porozumieniem Paryskim)	Scenariusz zakładający 4°C
<p><b>Wyższe prawdopodobieństwo i skala ryzyk transformacyjnych (w średnim i długim okresie):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Realizacja celów UE dotyczących redukcji emisji na lata 2030 i 2050</li> <li>✓ Polska przyjmuje i osiąga cel neutralności klimatycznej lub osiąga go z niewielkim opóźnieniem</li> <li>✓ Wejście w życie wszystkich regulacji promulgowanych przez UE oraz implementacja kolejnych (np. rozszerzenie EU ETS)</li> <li>✓ Znaczący wzrost kosztów emisji</li> <li>✓ Znaczący wzrost świadomości ekologicznej konsumentów, większy popyt na produkty niskoemisyjne</li> <li>✓ Znaczący wzrost cen energii</li> <li>✓ Brak negatywnego wpływu na wzrost gospodarczy Polski</li> <li>✓ Szybszy niż kiedykolwiek wzrost wydajności technologii OZE</li> </ul>	<p><b>Mniejsze prawdopodobieństwo i skala ryzyk transformacyjnych (w średnim i długim okresie):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nieosiągnięcie celów UE dotyczących redukcji emisji na lata 2030 i 2050</li> <li>• Polska nie realizuje celu neutralności klimatycznej, znacznie od niego odbiega</li> <li>• Wejście w życie wszystkich regulacji ogłoszonych przez UE, przy czym możliwe są odstępstwa w zakresie terminów osiągnięcia poszczególnych celów dekarbonizacyjnych dla gospodarki i poszczególnych branż</li> <li>• Umiarkowany wzrost kosztów emisji</li> <li>• Znaczący wzrost świadomości ekologicznej konsumentów, większy popyt na produkty niskoemisyjne</li> <li>• Stopniowy i umiarkowany wzrost cen energii</li> <li>• Wolniejszy niż oczekiwano wzrost wydajności w technologiach OZE</li> </ul>

- Zgodnie z ustaleniami IPCC dotyczącymi skutków zmiany klimatu w perspektywie krótkoterminowej, różnice we wzroście temperatury do 2035 r. dla dwóch scenariuszy RCP są nieistotne.
- Ustalenia te zostały potwierdzone w kontekście Polski przy użyciu narzędzia modelowania Banku Światowego opartego na scenariuszach stosowanych przez IPCC.
- Dla obu scenariuszy przeanalizowano następujące parametry: wzrost średnich miesięcznych temperatur, opadów atmosferycznych oraz liczby dni gorących w roku (>35°C)

Identyfikację i ocenę ryzyka przeprowadzono metodą ekspercką. Proces ten składał się z czterech etapów:

- identyfikacja ryzyka w poszczególnych scenariuszach
- ocena ryzyka w poszczególnych scenariuszach (TCFD)
- analiza i kalibracja ocen ryzyka w poszczególnych scenariuszach
- identyfikacja kluczowych zagrożeń i możliwości związanych z klimatem

Źródło: IPCC AR5 [\[link\]](#), Bank Światowy [\[link\]](#)

### Lista zidentyfikowanych ryzyk i szans klimatycznych Allegro.eu:

#### Główne zagrożenia związane z klimatem:

- Ryzyko zwiększonych wymagań i większej dokładności raportowania niefinansowego w kwestiach klimatycznych
- Ryzyko ograniczenia zdolności pojazdów spalinowych do realizacji dostaw w centrach miast
- Ryzyko konieczności dynamicznych zmian we flotach własnych i podwykonawców (popyt większy niż podaż floty nisko/zeroemisyjnej)
- Ryzyko zmniejszenia dostępności OZE dla celów strategicznych
- Ryzyko wzrostu obciążeń finansowych związanych z zakupem energii elektrycznej
- Ryzyko niespełnienia obietnic klimatycznych, np. niewystarczająca podaż energii ze źródeł odnawialnych

- Potencjalny spadek kosztów energii dzięki poprawie efektywności energetycznej
- Większe zaangażowanie i dbałość sprzedających o kwestie związane z klimatem oraz zapewnienie, że sprzedający są w stanie wypełnić swoje zobowiązania (w tym wymogi prawne) związane ze zmianami klimatu
- Potencjalny wzrost wartości firmy dzięki poprawie w obszarze ESG.

Rola Rady Dyrektorów i zarządzanie ryzykiem klimatycznym opisane są w Strategii zrównoważonego rozwoju Allegro.eu na lata 2020-2023.

Proces identyfikacji i oceny ryzyka klimatycznego stanowi integralną część systemu zarządzania ryzykiem opisanego w sekcji System zarządzania ryzykiem, Czynniki ryzyka i kwestie regulacyjne.

Allegro monitoruje również emisję gazów cieplarnianych i wpływ firmy na środowisko – zobacz sekcję Wpływ na Środowisko.

#### Główne możliwości związane z klimatem:

Obok ryzyk fizycznych warto wspomnieć o ryzykach transformacji związanych z rosnącymi oczekiwaniami inwestorów i regulatorów w temacie zrównoważonego rozwoju. Ze względu na charakter naszej działalności nie jesteśmy w stanie bezpośrednio zarządzać i reagować na ryzyka fizyczne, zarówno nieoczekiwane (wynikające z ekstremalnych zjawisk pogodowych, takich jak susze, powodzie czy pożary), jak i chroniczne (wynikające z procesów długoterminowych, takich jak zmiany temperatury czy podnoszenie się poziomu morza).

### 3.5.4. ZARZĄDZANIE ŚRODOWISKOWE

Grupa angażuje się w działania i inicjatywy polegające na:

- Rozwijaniu projektów zmniejszających emisję i zużycie energii przez Allegro.eu;
- Zmniejszeniu emisji związanych z wysyłką zamówień z Allegro.eu;
- Rozwoju niskoemisyjnych centrów logistycznych dla firm sprzedających na platformie Allegro;
- Wprowadzeniu modelu gospodarki o obiegu zamkniętym, w tym certyfikowanych opakowań w 100% pochodzących z recyklingu oraz opakowań wielokrotnego użytku;
- Prowadzeniu edukacji klimatycznej dla interesariuszy, w tym klientów i społeczeństwa, w szczególności edukacji i podnoszeniu kompetencji pracowników Grupy na temat klimatu i środowiska.

Nasze biurowce w Warszawie, Poznaniu i Krakowie uzyskały certyfikat BREEAM z bardzo wysokimi wynikami w tej kategorii w Polsce.

Jedna z serwerowni realizuje projekt mający na celu poprawę efektywności energetycznej, budowę systemu fotowoltaicznego oraz wykorzystanie ciepła odpadowego w centrum przetwarzania danych. Celem wszystkich tych inicjatyw jest zaoszczędzenie większej ilości energii elektrycznej i zmniejszenie zanieczyszczenia powietrza spowodowanego emisją. Wprowadzono inteligentny system zarządzania energią, który pomaga ograniczyć emisję CO<sub>2</sub>.

### 3.5.5. WSKAŹNIKI ŚRODOWISKOWE<sup>[38]</sup>

Grupa Allegro.eu mierzy i ujawnia dane o swoim śladzie węglowym w trzech zakresach (1, 2 i 3), które odzwierciedlają skalę naszego wpływu na środowisko. Ślad węglowy (carbon footprint) jest miarą wpływu działalności firmy na ilość wytwarzanego dwutlenku węgla (CO<sub>2</sub>) w wyniku spalania paliw kopalnych i jest wyrażany jako waga emisji CO<sub>2</sub> w tonach.

#### Emisja gazów cieplarnianych przez Allegro.eu obejmuje:

**Zakres 1:** wszystkie bezpośrednie emisje uwolnione w wyniku działalności operacyjnej. W przypadku Grupy Allegro.eu są to m.in. gaz ziemny, zużycie paliwa w samochodach używanych przez pracowników Allegro w czynnościach służbowych do pojazdów oraz wycieki czynników chłodniczych.

**Zakres 2:** Pośrednie emisje gazów cieplarnianych wynikające z konsumpcji zakupionej energii elektrycznej i ciepłej.

**Zakres 3** Pośrednie emisje gazów cieplarnianych nieuwzględnione w Zakresie 2, które występują w całym łańcuchu wartości. Obejmuje to zakup towarów i usług (dostawa wody, odprowadzanie ścieków, papier, opakowania, a także usługi marketingowe, informatyczne i doradcze), środki trwałe, emisję związaną z energią i paliwami, odpady, podróże służbowe, dojazdy pracowników, dystrybucję (przewóz paczek), wykorzystanie sprzedanych produktów, a następnie leasingowane aktywa.

W porównaniu z rokiem 2020, emisja gazów cieplarnianych z Zakresu 1 i 2 w przeliczeniu na GMV (mln PLN) zmniejszyła się o 0,3% (metoda market-based) i 10,7% (metoda location-based) w roku 2021. Spadek ten wynikał przede wszystkim z rosnącego udziału OZE w zakupach energii elektrycznej.

#### Emisja GHG w odniesieniu do GMV (kt CO<sub>2</sub>e/mln PLN)

	2021	2020*	YoY
Emisje z Zakresu 1 i 2 (metoda market-based) (kt CO <sub>2</sub> e) w odniesieniu do GMV (mln PLN)	0,26	0,26	-0,3%
Emisje z Zakresu 1 i 2 (metoda location-based) (kt CO <sub>2</sub> e) w stosunku do GMV (mln PLN)	0,23	0,26	-10,7%
Całkowita emisja (Zakres 1, 2 i 3) (market-based) (kt CO <sub>2</sub> e) w odniesieniu do GMV (mln PLN)	4,7	3,9	22,9%
Całkowita emisja (Zakres 1, 2 i 3) (metoda location-based) (kt CO <sub>2</sub> e) w odniesieniu do GMV (mln PLN)	4,7	3,9	21,2%

Dane za rok 2020 i 2019 nie są porównywalne ze względu na korektę metodologii

W porównaniu z rokiem 2020, emisje gazów cieplarnianych z Zakresu 1 i 2 wzrosły w 2021 r. o 21% (metoda market-based) i 8,4% (metoda location-based). Wzrost ten wynikał głównie z silnego wzrostu działalności operacyjnej oraz zwiększonego zużycia energii elektrycznej w serwerowniach.

W celu zmniejszenia emisji gazów cieplarnianych, w 2021 roku Allegro.eu podjęło decyzję o przystąpieniu do Science-Based Target Initiative i opracowaniu w ciągu dwóch lat strategii dekarbonizacji zgodnej z Porozumieniem Paryskim.

Bezpośrednie emisje z **Zakresu 1** wzrosły o 123% r/r, głównie z powodu większego zapotrzebowania na gaz ziemny. Wzrost ten wynika ze zużycia gazu ziemnego (ogrzewanie nieruchomości) oraz paliw (benzyna, olej napędowy, LPG, hybryda) do pojazdów.

Emisje z **Zakresu 2** wzrosły o 18,5% r/r (market-based) oraz o 5,5% r/r (location-based) ze względu na większe zużycie zakupionej energii elektrycznej w związku z wprowadzeniem nowej infrastruktury logistycznej. W 2021 roku prawie 20% energii elektrycznej używanej przez Grupę Allegro.eu pochodziło z OZE. W 2020 roku spółka nie posiadała OZE w swojej puli zakupionej energii elektrycznej.

Wzrost emisji gazów cieplarnianych z **Zakresu 3** o 50% r/r wynikał głównie z rozwoju działalności Grupy Allegro.eu (więcej przesyłek i więcej opakowań wykorzystywanych w tym okresie), a także z inwestycji w rozwój własnej sieci automatów paczkowych.

[37] 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”.

[38] Dane obejmują: Allegro.pl, Ceneo.pl, eBilet.pl, Allegro Finance, Allegro Pay, Opennet, Xpress Couriers (październik-grudzień 2021)

[39] Metoda rynkowa: emisje związane z energią elektryczną obliczane przy użyciu wskaźnika emisji właściwego dla sprzedawcy energii. W metodzie market-based zastosowano wskaźniki dla dostawców energii.

[40] Metoda oparta na lokalizacji: emisje związane z energią elektryczną obliczane przy użyciu średniego krajowego wskaźnika emisji. W przypadku metody location-based zastosowano średni wskaźnik emisji dla Polski

Źródło emisji GHG [w tonach CO<sub>2</sub>e]

Emisja GHG [w tonach CO <sub>2</sub> e] <sup>[41]</sup>	2021	2020 skorygowana metodologia *	YoY	2020	2019
Zakres 1	526,70	250,58	110,2%	226,10	320,75
Zakres 2 (metoda location-based)	9 244,37	8 763,48	5,5%	8 286,30	7 509,56
Zakres 2 (metoda market-based)	10 598,02	8 941,53	18,5%	8 464,35	7 452,01
Zakres 3	189 087,83	126 201,76	49,8%	3 046,33	2 809,84
<b>Zakres 1+2+3 (metoda location-based)</b>	<b>198 858,91</b>	<b>135 215,82</b>	<b>47,1%</b>	<b>11 063,18</b>	<b>10 640,15</b>
<b>Zakres 1+2+3 (metoda market-based)</b>	<b>200 212,56</b>	<b>135 393,87</b>	<b>47,9%</b>	<b>11 733,01</b>	<b>10 582,60</b>

Źródło emisji GHG [w tonach CO<sub>2</sub>e]

Zakres 1 [t CO <sub>2</sub> e]	2021	2020 skorygowana metodologia *	YoY	2020	2019
Gaz ziemny	384,27	190,92	101,3%	190,92	226,84
Olej napędowy	27,73	20,35	36,3%	14,18	4,20
Benzyna	51,73	37,61	37,5%	21,00	48,71
Samochody hybrydowe	51,96	1,69	2 974,6%	—	—
LPG	11,01	—	—	—	—

[41] Gazy cieplarniane zidentyfikowane i uwzględnione w obliczeniach to CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub> i N<sub>2</sub>O, które zostały wyrażone jako ekwiwalent CO<sub>2</sub>. Nie zidentyfikowano biogenicznych emisji CO<sub>2</sub>. Jako rok bazowy przyjęto emisje z roku 2020. 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). 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.

Zakres 2 [t CO <sub>2</sub> e] <sup>[42]</sup>	2021	2020 skorygowana metodologia *	YoY	2020	2019
Zużycie energii elektrycznej (market-based)	10 095,27	8 359,38	20,8%	7 882,21	7 042,43
Zużycie energii elektrycznej (location-based)	8 741,62	8 181,33	6,9%	7 212,37	7 099,98
Zużycie energii ciepłej	502,75	582,15	-13,6%	582,15	409,58

Zakres 3 [t CO <sub>2</sub> e] <sup>[43]</sup>	2021	2020 skorygowana metodologia *	YoY	2020	2019
Kat. 1 – Zakupione usługi i towary	97 748,03	75 030,71	30,3%	340,99	188,20
Kat. 2 – Dobra inwestycyjne	30 798,93	14 642,84	110,3%	-	-
Kat. 3 – Paliwa i energia niezawarte w Scope 1 i 2	2 849,11	1 254,50	127,1%	1 248,02	1 249,88
Kat. 5 – Odpady generowane w trakcie prowadzenia działalności	13,90	4,93	181,9%	4,93	0,23
Kat. 6 – Podróże służbowe	133,88	73,55	82,0%	73,55	649,21
Kat. 7 Dojazdy pracowników do pracy	3 060,00	3 060,00	0,0%	-	-
Kat. 9 – Downstream – transport i dystrybucja	54 455,03	32 041,77	70,0%	1 285,38	639,70
Kat. 12 – Postępowanie ze sprzedanymi produktami po zakończeniu ich użytkowania	14,96	6,41	133,4%	6,41	3,29
Kat. 13 – Downstream – wynajęte aktywa	14,00	87,04	-83,9%	87,04	79,32

[42] Należy pamiętać, że emisja z energii elektrycznej obejmuje również emisję generowaną przez pracowników Allegro podczas pracy w domu

[43] Należy zwrócić uwagę, że kategorie: 4,8,10,11,14,15 z Zakresu 3 nie są istotne dla działalności Grupy Allegro w danym roku. W kolejnych latach Allegro będzie analizować, czy pozostałe kategorie z Zakresu 3 powinny być traktowane jako istotne i ważne dla działalności Allegro.eu (przy założeniu 5% progu istotności).

Obliczenia dotyczące emisji GHG zostały przeprowadzone zgodnie z następującymi normami: 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 z wykorzystaniem podejścia inwentaryzacyjnego i przesiewowego – w przypadku, gdy pierwsza opcja nie mogła być zastosowana (podejście

przesiewowe zostało wdrożone z wykorzystaniem narzędzi rekomendowanych przez GHG Protocol i Science Based Targets Initiatives).

Poniższa tabela przedstawia nasze wskaźniki zużycia energii, materiałów, wody, odpadów i podróży, które zostały wykorzystane do obliczenia emisji GHG.

Energia [GJ]	2021	2020 skorygowana metodologia *	2020	2019
Energia elektryczna [GJ]	57 589,91	40 935,77	38 301,20	35 297,50
Energia cieplna [GJ]	5 209,83	6 032,60	6 032,60	4 244,37
Gaz ziemny [GJ] (centra dystrybucyjne i logistyczne)	6 933,79	3 445,61	3 445,61	4 092,44
Benzyna [GJ]	1 651,73	543,24	303,24	703,42
Olej napędowy [GJ]	373,56	274,20	191,34	609,99
<b>Łącznie [GJ]</b>	<b>71 758,82</b>	<b>51 231,42</b>	<b>48 273,99</b>	<b>44 947,72</b>

Zużycie mediów	2021	2020 skorygowana metodologia *	2020	2019
Energia elektryczna (MWh)	15 997,20	11 371,05	10 639,22	9 763,99
Energia cieplna [GJ]	5 209,83	6 032,60	6 032,60	4 244,37
Gaz ziemny [m <sup>3</sup> ] – (centra dystrybucyjne i logistyczne)	189 759,00	94 296,82	94 296,82	111 754,36
Benzyna [l]	49 384,10	16 241,94	9 066,31	21 031,32
Olej napędowy [l]	10 342,06	7 591,40	5 297,29	16 887,84
LPG [l]	7 072,92	—	—	—

Zużycie wody	2021	2020 skorygowana metodologia *	2020	2019
Zużycie wody [m <sup>3</sup> ]	5 656,66	4 627,03	4 627,03	9 771,57
Emisja wody i ścieków [t CO <sub>2</sub> e]	2,44	5,07	5,07	10,70
Woda odzyskana (poddana recyklingowi/ponownie wykorzystana) [m <sup>3</sup> ]	0	0	0	0
Odprowadzane ścieki nieoczyszczone [m <sup>3</sup> ]	5 656,66	4 627,03	4 627,03	9 771,57

Pobór wody wykorzystywany jest tylko na potrzeby biur i pracowników, a nie na cele produkcyjne.

Zużycie energii	2021	2020 skorygowana metodologia *	2020	2019
Zużycie energii elektrycznej (w MWh)	15 997,20	11 371,05	10 639,22	9 763,99
Wykorzystanie energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych (OZE) <sup>(44)</sup>	3 234,64	—	—	—

Materiały zakupione w biurach	2021	2020 skorygowana metodologia *	2020	2019
Papier [ryzy]	1 698	2 438	2 438	3 080
Koperty [szt.]	40 000	70 000	70 000	190 000
Papier do drukarek [kg]	—	1 671,90	1 671,90	2 531,20

Opakowania zużyte w magazynie [tony]	2021	2020 skorygowana metodologia *	2020	2019
Opakowania kartonowe – 100% papieru z recyklingu	555,19	234,85	234,85	117,05
Oryginalna folia stretch – bez recyklingu	54,17	48,80	48,80	22,40
Drewno półpaletowe	91,54	9,97	9,97	10,98
Wypełniacze foliowe w pełni podlegające recyklingowi, folia HDPE	0	7,30	7,30	3,50

Odpady	2021	2020 skorygowana metodologia *	2020	2019
Odpady ogółem [t]	340,62	185,00	183,76	10,59
Odpady poddane recyklingowi [t]	297,86	179,60	179,60	—
Odpady nie poddane recyklingowi [t]	42,76	6,58	6,58	—

Dane z roku 2019 nie obejmują odpadów z magazynu.

Podróże służbowe	2021	2020 skorygowana metodologia *	2020	2019
Podróże lotnicze [km]	587 903,92	292 295,00	292 295,00	3 047 158,00
Podróże kolejowe [km]	730 680,00	552 543,00	552 543,00	2 389 917,00
Podróże samochodami osobowymi [km]	232 895,44	146 620,93	146 620,93	—

\* W celu zachowania pełnej zgodności z wymogami organizacji Science-Based Target Initiative (Allegro dołączyła do tej organizacji w roku 2021), Allegro uzupełniło (rozszerzyło) obliczenia emisji GHG o następujące kategorie Zakresu 3 Zakupy towarów i usług (kat. 1), Dobra inwestycyjne (kat. 2), Transport i dystrybucja (kat. 9) oraz dojazdy do pracy (kat. 7) stosując metodę Screening – dostosowano również emisję za rok 2020.

W latach 2019, 2020 i 2021 nie zostały uwolnione żadne czynniki chłodnicze.

### 3.5.5. OBSŁUGA DOSTAW ZGODNIE Z ZASADAMI ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Wspieramy naszych klientów w ograniczaniu emisji dwutlenku węgla poprzez dostarczanie produktów przez One Fulfillment by Allegro, One Point by Allegro (punkty odbioru), zielone automaty paczkowe: One Box by Allegro i zrównoważone opakowania.

One Fulfillment by Allegro to kompleksowa usługa dla sprzedawców, która obejmuje przechowywanie, pakowanie i dostarczanie zamówień, a także obsługę klienta podczas całego procesu dostawy. Dystrybucja produktów zakupionych na Allegro z jednego centrum logistycznego pozwoli dodatkowo skrócić czas dostawy, zapewnić wysoką jakość obsługi klienta oraz zmniejszyć negatywny wpływ na środowisko.

#### ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ NA OSTATNIM ETAPIE DOSTAWY DO ODBIORCY

Z początkiem listopada 2021 roku Allegro uruchomiło własną sieć automatów paczkowych One Box by Allegro. Klienci Allegro odbierając swoje zamówienia mogą teraz przyłączyć się do szeregu inicjatyw na rzecz zrównoważonego rozwoju. Mapa Polski na [one.allegro.pl](http://one.allegro.pl) coraz bardziej się zazielenia, szczególnie w okolicach Warszawy, Poznania, Bydgoszczy, Gdańska, Gdyni, Łodzi, Wrocławia, Katowic i Krakowa. Na koniec 2021 roku Allegro dorobiło się 1 001 zielonych automatów.

#### DO KOŃCA 2022 R. NOWA SIEĆ OBEJMIE CO NAJMNIEJ 3 TYS. ZIELONYCH AUTOMATÓW PACZKOWYCH W CAŁEJ POLSCE

Sieć One Point by Allegro wprowadziła także inne przyjazne środowisku opcje dostawy. Obsługujemy partnerską sieć punktów odbioru następnego dnia, która oferuje klientom możliwość odebrania zamówienia następnego dnia po wysyłce, a sprzedawcom zapewnia wygodny sposób wysyłania i zarządzania zamówieniami w ramach jednej platformy. Ślad węglowy związany z korzystaniem z automatów paczkowych lub punktów odbioru jest niższy w porównaniu z opcją kurierską.

#### PROMOWANIE WŚRÓD KLIENTÓW PONOWNEGO UŻYCIA I GOSPODARKI O OBIEGU ZAMKNIĘTYM

Allegro przygotowało dodatkowe funkcjonalności, aby spełnić swoje ambicje w ramach odpowiedzialności społecznej i zrównoważonego rozwoju. Po odebraniu pierwszej paczki klienci mogą przynieść zużyty sprzęt elektryczny do automatu paczkowego, aby poddać go recyklingowi i dać mu drugie życie. Dodatkowo, za każdą dziesiątą odebraną paczkę platforma zasadzi drzewo z indywidualną dedykacją dla klienta. To dopiero początek, a wraz z rozwojem sieci One Box by Allegro pojawiają się kolejne prośrodowiskowe inicjatywy.

Poza wygodą dostawy, która jest kluczowa zarówno dla klientów, jak i sprzedających, ambicją Allegro jest szeroko pojęta innowacyjność i zwracanie większej uwagi na potrzeby naszej planety, przejawiające się w ilości produkowanych przez nas odpadów, estetyce miast, w których mieszkamy i ilości otaczającej nas zieleni. Kwestie te zostały również bez wahania zidentyfikowane przez klientów, którzy doświadczyli trwającej pandemii. Allegro rozwija markę One realizując jej strategię „Jedna, lepsza metoda dla sprzedających, kupujących i dla planety!” To tylko kilka z wielu inicjatyw, które w najbliższych miesiącach będą stanowiły trzon usługi dostawy i zwrotów One by Allegro.

#### ZRÓWNOWAŻONE OPAKOWANIA

Dążymy do tego, aby do 2022 roku co najmniej 2,5 mln przesyłek zamawianych miesięcznie na Allegro były wysyłane w prośrodowiskowych opakowaniach.

Chcemy, aby wszystkie produkty wysyłane przez Oficjalny Sklep Allegro i usługę One Fulfillment by Allegro były pakowane z wykorzystaniem ekologicznych materiałów opakowaniowych, takich jak certyfikowane opakowania, taśma papierowa i wypełniacze, a także zamierzamy wdrożyć kolejne procesy minimalizujące ilość odpadów i zmniejszające nasz ślad węglowy w całym łańcuchu dostaw.

Wprowadziliśmy przyjazne dla środowiska opcje opakowań dla sprzedawców w bardzo konkurencyjnych cenach. W Allegro zamawiamy takie opakowania w ogromnych ilościach i po cenach hurtowych, nie zarabiając na ich odsprzedaży. Opakowania posiadają międzynarodowe certyfikaty potwierdzające, że surowce użyte do ich produkcji pochodzą z recyklingu, zostały pozyskane w sposób zrównoważony w całym łańcuchu i nadają się do ponownego przetworzenia.

#### DRUGIE ŻYCIE PRODUKTÓW – ALLEGRO LOKALNIE

Aż 82% kupujących online kupuje i sprzedaje w sieci towary używane. Allegro Lokalnie to miejsce, gdzie kupujący mogą trafić na przedmioty od osób prywatnych i czerpać z tego takie same korzyści, jak przy zakupie od profesjonalnych sprzedawców. Allegro Lokalnie pozwala jeszcze łatwiej kupować i sprzedawać oraz umożliwia znalezienie atrakcyjnych cenowo unikalnych przedmiotów. Kupujący może mieć pewność, że robi zakupy w sieci bezpiecznie. Dodatkowym atutem jest to, że często są to przedmioty używane, którym Allegro Lokalnie daje drugie życie, zgodnie z zasadą gospodarki o obiegu zamkniętym, czyli ponownego wykorzystania.

Allegro Lokalnie jest drugą najpopularniejszą platformą e-commerce C2C w Polsce (wg badania Gemius/PBI z września 2020 r.).

#### WALKA O CZYSTE POWIETRZE

Jednym z najważniejszych problemów środowiskowych w Polsce jest jakość powietrza, którym oddychamy. Wiele polskich miast znajduje się w czołówce list najbardziej zanieczyszczonych miast w Europie. Jednym z winowajców są domowe piece węglowe, które nie spełniają obowiązujących norm.

W marcu 2020 r. podpisaliśmy porozumienie o współpracy z Ministerstwem Rozwoju Gospodarczego, Pracy i Technologii, Polskim Alarmem Smogowym oraz Prezesem Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów (UOKiK). W ramach Koalicji Antysmogowej podjęliśmy decyzję o usunięciu z naszej platformy wszystkich ofert z piecami węglowymi, które nie spełniają wymogów prawnych. W 2021 roku usunęliśmy 413 ofert.

Dodatkowo, aby zapewnić jeszcze wyższy poziom bezpieczeństwa, Allegro wprowadziło do swojego regulaminu zapis, że piece mogą być oferowane do sprzedaży tylko wtedy, gdy do oferty dołączona jest wymagana dokumentacja (certyfikaty).

#### TROSKA O ZWIERZĘTA

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 współpracy możemy identyfikować nielegalne oferty i usuwać je z platformy.

#### ALLEGRO BIERZE UDZIAŁ W PROGRAMIE CLIMATE LEADERSHIP PROWADZONYM PRZEZ UN ENVIRONMENT

Climate Leadership to społeczność liderów biznesu, którzy rozumieją konieczność działań na rzecz zmian klimatu i widzą w nich szansę na rozwój. We współpracy z zewnętrznymi ekspertami programu, firmy opracowują, a następnie wdrażają rozwiązania, które w wymierny sposób ograniczają ich negatywny wpływ na globalny klimat.

Allegro przystąpiło do programu w ramach projektu wdrażania zasad gospodarki cyrkularnej. Jednym z założeń Climate Leadership jest zaproponowanie przez każdego z uczestników zobowiązania, które przyniesie wymierne zmiany przeciwdziałające kryzysowi klimatycznemu.

The Climate Leadership programme został zainicjowany przez UNEP/GRID Warsaw Centre powered by the UN Environment Programme.

### 3.6. Wpływ społeczny

Grupa Allegro.eu prowadzi działalność charytatywną, społeczną, sponsoringową oraz z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR). 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. Od 2008 roku staramy się zwiększać świadomość ekologiczną Polaków i promować zachowania przyjazne środowisku poprzez działalność Allegro All For Planet. Łącząc ekologię i zrównoważony transport z technologią, stworzyliśmy program wolontariatu pracowniczego. Fundacja wspiera także różne programy społeczne innych polskich organizacji pozarządowych.

Działania w ramach wpływu społecznego zostały przedstawione w strategii CSR i Zrównoważonego Rozwoju na lata 2020-2023. Nasze główne cele w tym obszarze są następujące:

Inwestowanie w kształcenie i rozwój umiejętności młodych ludzi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Długoterminowe programy edukacyjne dla młodzieży (otwarte lub skierowane do wybranych grup) w celu rozwijania umiejętności w tematyce przedsiębiorczości i technologii</li> <li>Inicjatywy edukacyjne i mentorskie dla młodzieży</li> <li>Współpraca z uczelniami w celu zwiększenia stosowalności kursów uniwersyteckich i rozwoju umiejętności zwiększających szanse na zatrudnienie studentów</li> </ul>
Wspieranie społeczności, w których prowadzimy naszą działalność	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kontynuacja i zwiększanie skali działania platformy Allegro Charytatywni</li> <li>Kontynuacja i zwiększanie skali istniejących inicjatyw</li> <li>Współpraca z wybranymi organizacjami charytatywnymi</li> <li>Lokalne zbiórki pieniędzy na Allegro Lokalnie</li> <li>Rozwój programów wolontariatu pracowniczego</li> <li>Udział w hackathonach, które podejmują tematykę związaną z interesariuszami Allegro (np. seniorzy, osoby z niepełnosprawnościami) oraz zrównoważonym rozwojem (np. zmiany klimatyczne, inteligentne miasta)</li> </ul>
Polityka działań społecznych, charytatywnych i sponsoringowych	<ul style="list-style-type: none"> <li>Opracowanie i wprowadzenie polityki działań społecznych, charytatywnych i sponsoringowych, która określi zakres działań i sposób funkcjonowania Allegro.eu w tym obszarze.</li> </ul>

W grudniu 2021 roku Grupa Allegro.eu wdrożyła Politykę Działań Charytatywnych, Społecznych i Sponsoringowych Allegro.eu. Polityka potwierdza, że profil działalności społecznej, charytatywnej i sponsoringowej jest określany przez strategię Grupy i decyzje Rady, z uwzględnieniem analizy korzyści i dialogu z interesariuszami. Działania te będą zgodne ze standardami i dobrymi praktykami społecznej odpowiedzialności biznesu, kodeksami branżowymi, kodeksem etycznym Grupy, a także wewnętrznymi politykami i regulacjami.

Działalność społeczna i charytatywna Grupy jest wpisana w fundamenty firmy od momentu jej powstania, odzwierciedlając ideę, że technologia ma moc rozwiązywania wielu problemów społecznych. Spółki Grupy dzielą się swoją wiedzą, wspierają edukację w tematyce technologii, pomagają potrzebującym, korzystając z narzędzi dostępnych na Platformie Allegro.pl (aukcje Charytatywni.Allegro.pl i zbiórki AllegroLokalnie.pl) oraz poprzez działalność Fundacji Allegro All for Planet (która w najbliższym czasie zmieni nazwę na Fundacja Allegro).

działalności charytatywnej, społecznej i sponsoringowej są publicznie dostępne. Firma monitoruje wydatki, jak również darowizny rzeczowe: darowizny produktów lub usług, projekty/partnerstwa, itp.

Jako członek UN Global Compact, Allegro potwierdza, że działalność sponsoringowa, społeczna i charytatywna jest realizowana zgodnie z Dziesięcioma Zasadami UN Global Compact oraz że realizuje Cele Zrównoważonego Rozwoju, przyczyniając się do realizacji Agendy 2030 na rzecz Zrównoważonego Rozwoju.

Celem Polityki Działań Charytatywnych, Społecznych i Sponsoringowych Allegro.eu jest określenie obowiązków Grupy, jej pracowników, kontraktorów i wszystkich zatrudnionych w zakresie wywiązywania się przez Spółkę z zobowiązań dotyczących działalności charytatywnej, społecznej i sponsoringowej.

Polityka ta zapewnia przejrzystość wydatków na inicjatywy charytatywne, społeczne i sponsoringowe realizowane przez Grupę. Polityka porządkuje i identyfikuje nadrzędne cele działalności charytatywnej, społecznej i sponsoringowej Grupy.

Polityka zabrania wszelkiego rodzaju zaangażowania politycznego ze strony firmy. Polityka zakazuje również sponsorowania i przekazywania darowizn na rzecz partii politycznych, ich organizacji politycznych lub instytucji o podobnym charakterze, a także osób pełniących funkcje publiczne i polityków. Działalność charytatywna w formie darowizn nie może polegać na przekazywaniu darowizn na rzecz związków zawodowych, organizacji pracodawców, samorządów zawodowych, klubów sportowych działających w formie spółek prawa handlowego. Zakaz ten obejmuje również organizacje wojskowe lub osoby prywatne działające w sektorze wojskowym, jak również przemysł zbrojeniowy.

Darowizny na rzecz organizacji społecznych i charytatywnych oraz na wspieranie kultury	2021
Wydatki poniesione na rzecz instytucji charytatywnych i organizacji społecznych oraz z tytułu darowizn na cele charytatywne*	4,3 mln PLN
Wydatki poniesione na wspieranie kultury**	0,5 mln PLN

Zgodnie z Polityką Działań Charytatywnych, Społecznych i Sponsoringowych Allegro.eu w 2021 roku firma nie poniosła wydatków na wsparcie związków zawodowych i partii politycznych, nie przekazała też darowizn na rzecz mediów

\* w tym darowizna na rzecz Fundacji Allegro All For Planet, Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy, Fundacji Lekarze Lekarzom, Fundacji Zwolnieni z Teorii, Stowarzyszenia WIOSNA oraz innych organizacji i instytucji.

\*\* tym Nagroda Allegro i Najlepsza Książka Roku.

## INICJATYWY SPOŁECZNE I CHARYTATYWNE

W Allegro wierzymy, że technologia ma moc rozwiązywania wielu problemów społecznych. Dzielimy się wiedzą, wspieramy edukację technologiczną i pomagamy potrzebującym, wykorzystując naszą platformę do organizowania aukcji charytatywnych.

Inicjatywy społeczne i charytatywne	2021	2020
Platforma Charytatywni.Allegro.pl: zebrana kwota	39,3 mln PLN	19,4 mln PLN
<i>w tym aukcje Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy</i>	30,1 mln PLN	14,9 mln PLN
Platforma Charytatywni.Allegro.pl: liczba ofert	845 614	838 500
Platforma Charytatywni.Allegro.pl: liczba organizacji	425	401
Darowizny od klientów Allegro (Szlachetny Koszyk) dla Szlachetnej Paczki	1 050 040 PLN	535 000 PLN
Liczba osób przyjętych do Szkoły Pionierów PFR	50	50
Zbiórki Allegro Lokalnie – kwota zebrana	251 552	PLN 170 000**
Zbiórki Allegro Lokalnie – liczba zbiórek	257	178**
Program wolontariatu pracowniczego	100 wolontariuszy pracowniczych 400 godzin wolontariatu	77 projektów*** 200 pracowników***

## ALLEGRO CHARYTATYWNI

Przez siedem lat działalności Allegro Charytatywni udowodniło, jak duże jest zapotrzebowanie na przestrzeń internetową skupiającą osoby, które mogą zaoferować wsparcie tym, którzy go potrzebują.

Allegro Charytatywni to przestrzeń internetowa, w której każda organizacja pożytku publicznego może zbierać środki na realizację celów, które uważa za szczególnie ważne. Nie są pobierane żadne opłaty ani prowizje. Dostarczamy niezbędne rozwiązania technologiczne oraz angażujemy się w wybrane akcje w roli partnera. Klienci Allegro, którzy chcą wesprzeć daną osobę lub cel, mogą wystawić na sprzedaż własne przedmioty, z których dochód zostanie przekazany na wybrany przez nich cel, lub kupić unikalne przedmioty na aukcjach charytatywnych.

Na niektórych aukcjach charytatywnych klienci mogą dokonać bezpośredniej wpłaty. W większości przypadków wybierają Wirtualną Puskę lub szybki przelew PayU.

### WYNIKI ALLEGRO CHARYTATYWNI W 2021 ROKU:

- Zebrano prawie 39,3 mln PLN
- utworzono 845 600 ofert
- na 955 celów charytatywnych dla 247 organizacji pozarządowych

\*\* Od lipca 2020

\*\*\* #pomagamyboumiemy – projekt zaangażowania pracowników – dwie edycje

## ALLEGRO DLA WIELKIEJ ORKIESTRY ŚWIĄTECZNEJ POMOCY

Allegro wspiera Wielką Orkiestrę Świątecznej Pomocy (WOŚP) od początku jej istnienia. 21 lat współpracy przełożyło się na blisko 80 milionów złotych przekazanych na konto Fundacji Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. Po 29. Finale na rzecz Fundacji przekazano dodatkowe 31 mln PLN. Wszystkie środki zostały przeznaczone na zakup sprzętu do laryngologii, otolaryngologii i diagnostyki głowy.

W 2021 roku wspieraliśmy Orkiestrę w następujący sposób:

- Aukcje na platformie;
- Rzeczyodserca.pl – platforma, na której celebryci i klienci Allegro mogą wystawiać przedmioty na sprzedaż, z których dochód jest przekazywany na inicjatywy, na które WOŚP zbiera pieniądze w danym roku. Darczyńców zachęca się również do nagrywania filmów opisujących przedmioty, które wystawiają na sprzedaż;
- Wirtualna Puszka;
- Streaming wideo;
- Udział w Wielkim Finale w studio;
- Sztab Allegro, wolontariat pracowników Allegro.

## PODCZAS 29. FINAŁU WIELKIEJ ORKIESTRY ŚWIĄTECZNEJ POMOCY PADŁ KOLEJNY REKORD:

- Dzięki ponad 205 000 ofert i datkom do Wirtualnej Puszeki udało się zebrać 30,1 mln PLN na rzecz WOŚP.
- Kwota ta jest ponad dwukrotnie wyższa niż w roku poprzednim. Allegro pomogło pobić rekord, przekazując 1 milion złotych na rzecz Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy.
- 425 drużyn wystawiło na Allegro łącznie ponad 38 000 aukcji. Wśród zaangażowanych ekip zagranicznych znalazła się nawet Polska Stacja Polarna w Hornsundzie na Spitsbergenie. Klienci Allegro również chętnie sięgali po ekrany swoich komputerów i smartfonów, by wesprzeć Fundację.
- W ciągu 8 tygodni stroną aukcje.wosp.org.pl odwiedziło ponad 8,3 mln unikalnych użytkowników, a urządzenia mobilne wygenerowały aż 77% całego ruchu.



## WSPIERANIE SZLACHETNEJ PACZKI

Allegro od lat wspiera Szlachetną Paczkę. W grudniu 2021 roku nasi klienci mogli po raz drugi dodać do swojego zamówienia darowiznę, aby wesprzeć tę inicjatywę. Łącznie 94 684 charytatywne akcje zakupowe w ramach akcji Szlachetny Koszyk pozwoliły zebrać 1 050 040 PLN na wsparcie rodzin znajdujących się w trudnej sytuacji życiowej.

40 liderów wolontariatu Allegro.eu, wraz z 700 wolontariuszami, przygotowało Szlachetne Paczki dla 36 rodzin borykających się z problemami finansowymi. Podczas Weekendu Cudów do potrzebujących trafiły paczki o łącznej wartości ponad 145 tys. PLN, które spełniły ich marzenia i zaspokoiły wszelkie potrzeby.

Przeczytaj więcej o Allegro Tech i edukacji technicznej w rozdziale "Odpowiedzialne miejsce pracy".

## DŁUGOFALOWE PROGRAMY EDUKACYJNE DLA DZIECI I 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 momentu powstania, 200 Pionierów ukończyło nasz program edukacyjny. W 2021 roku było to 50 osób, które stworzyło 12 zespołów założycielskich biorąc udział w warsztatach w 26 obszarach tematycznych. Czwarta edycja Szkoły Pionierów PFR miała na celu przygotowanie przedsiębiorców do wyzwań, przed jakimi staną ich firmy w dobie zielonej transformacji. Uczestnicy programu mogą wybierać spośród 9 zielonych wyzwań lub pracować nad własnymi rozwiązaniami.

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).

## MAM SWOJE ALLE

W 2021 roku kontynuowaliśmy projekt edukacyjny Mam Swoje Alle, realizowany przez Allegro w partnerstwie z Fundacją Zwolnieni z Teorii. Jego celem jest rozwijanie i promowanie kompetencji przedsiębiorczych wśród uczniów (od 12 roku życia). Dzięki publicznej zbiórce pieniędzy za pośrednictwem Allegro Lokalnie, mogą przeznaczyć środki na wybrane przez siebie inicjatywy społeczne. Dodatkowo, ponad 30 wolontariuszy z Allegro prowadziło mentoring dla uczniów, wspierając ich projekty społeczne.

## ZBIÓRKI NA ALLEGRO LOKALNIE

Od 2020 roku Allegro Lokalnie umożliwiło uruchomienie inicjatyw fundraisingowych. Każdy klient podczas zakupów może wspierać lokalne, społeczne inicjatywy. Klienci Allegro mogą również wystawiać przedmioty na sprzedaż w ramach wybranej inicjatywy fundraisingowej. Wystarczy znaleźć inicjatywę, którą chcesz wesprzeć i określić, jaki procent dochodu (od 10% do 100%) zostanie przekazany na wybrany przez Ciebie cel. Wylicytowany przedmiot będzie widoczny zarówno w serwisie Allegro Lokalnie, jak i Allegro.pl. Dzięki temu oferta dotrze aż do 21 milionów odwiedzających.

Od lipca 2020 r. do grudnia 2021 r. beneficjenci zebrali ponad 420 tys. PLN. Aż 68% wszystkich zakończonych zbiórek zebrało całą potrzebną kwotę do zrealizowania celu.

## DAROWIZNA NA RZECZ FUNDACJI LEKARZE LEKARZOM:

Dzięki darowiźnie z Allegro Fundacja Lekarzy Lekarzom zakupiła aż 16 urządzeń medycznych. Lampy antybakteryjne trafiły do placówek medycznych w każdym województwie. Urządzenia zostały przekazane przedstawicielom szpitali 19 marca 2021 r., podczas konferencji Fundacji Lekarzy Lekarzom, która odbyła się w siedzibie Naczelnej Izby Lekarskiej w Warszawie.

## WSPIERANIE KULTURY

### KONKURS ALLEGRO PRIZE SZANSĄ DLA ARTYSTÓW PLASTYKÓW

Konkurs Allegro Prize daje artystom z całego świata możliwość zdobycia uznania. Jury złożone ze znanych osobistości, takich jak Andrzej Chyra, Natalia Siewicz, Valeria Napoleone, czy Rafał Milach, odkryło nowych utalentowanych artystów i dało im możliwość zaprezentowania swojej twórczości szerokiej publiczności. Wyłoniono 3 laureatów i przyznano 10 wyróżnień. Łączna kwota nagród wyniosła 50 tys. PLN. W 2021 roku jury wybrało trzech zwycięzców i przyznało 10 wyróżnień. Paul Debashish, Latifa Zafar Attai i Ewa Ciepiewska to trójka artystów, którzy swoimi pracami zachwycili jury i wygrali drugą edycję międzynarodowego konkursu dla artystów wizualnych – Allegro Prize 2021.

## NAJLEPSZA KSIĄŻKA ROKU 2020 I WSPIERANIE BRANŻY KSIĘGARSKIEJ

Allegro zaangażowało się w edycję konkursu na Najlepszą Książkę Roku 2020, ogólnopolskiego plebiscytu organizowanego wspólnie z Lubimy Czytać. W 2021 roku stworzono nową, społecznie odpowiedzialną kategorię, która ma wspierać branżę księgarską. Segment książek offline odczuł skutki pandemii tak samo jak inne branże. Uczestnicy mogli głosować na jedną z pięciu znanych organizacji pozarządowych promujących czytelnictwo i wspierających księgarnie w czasie pandemii. Allegro, jako organizator plebiscytu, wsparło te instytucje darowizną w wysokości 250 tys. PLN na zadeklarowane przez nie cele charytatywne.

## 3.7. Taksonomia

Taksonomia UE (rozporządzenie UE 2020/852) jest systemem klasyfikacji, ustanawiającym listę zrównoważonych środowiskowo działań gospodarczych. Na mocy rozporządzenia w sprawie taksonomii Komisja Europejska opracowała faktyczny wykaz działań zrównoważonych pod względem środowiskowym, określając techniczne kryteria kwalifikacyjne dla każdego celu środowiskowego za pomocą aktów delegowanych. Taksonomia UE to system umożliwiający jednolitą klasyfikację działań na rzecz zrównoważonego rozwoju, który ma wspierać inwestorów w podejmowaniu decyzji inwestycyjnych.

Po przeanalizowaniu wszystkich rodzajów działalności opisanych w taksonomii (w ramach kodów NACE), w przypadku Grupy Allegro.eu przychody, nakłady inwestycyjne i koszty operacyjne pochodzą z następujących rodzajów działalności kwalifikujących się do taksonomii:

- Przetwarzanie danych; zarządzanie stroną internetową (hosting) i podobna działalność
- Usługi drogowego transportu towarowego
- Oprogramowanie, doradztwo w zakresie IT i działalność pokrewna

Podstawą do wyliczenia udziału kwalifikującego się do taksonomii było sprawozdanie finansowe Grupy za rok 2021.

<b>Grupa Allegro.eu kwalifikująca się do taksonomii</b>	<b>2021</b>
Procentowy udział działalności gospodarczej kwalifikującej się do objęcia taksonomią w całkowitym obrocie	0,38%
Procentowy udział działalności gospodarczej kwalifikującej się do objęcia taksonomią w całkowitych nakładach inwestycyjnych	6,32%
Procentowy udział działalności gospodarczej kwalifikującej się do objęcia taksonomią w całkowitych nakładach operacyjnych	7,86%

### 3.7.1. PRZYCHODY

<b>Przychody</b>	<b>2021</b>
Procentowy udział działalności gospodarczej kwalifikującej się do objęcia taksonomią w całkowitym obrocie	0,38%
Procentowy udział działalności gospodarczej niekwalifikującej się do objęcia taksonomią w całkowitym obrocie	99,62%

### ZASADY RACHUNKOWOŚCI

Po analizie wszystkich rodzajów działalności opisanych w taksonomii (NACE), przychody kwalifikujące się do objęcia taksonomią stanowią 0,38% (20,45 mln PLN) wszystkich przychodów z działalności Grupy w roku obrotowym 2021. W przypadku Grupy, przychody te obejmują przychody z tytułu następujących działań kwalifikujących się do objęcia taksonomią:

- Przetwarzanie danych; zarządzanie stroną internetową (hosting) i podobna działalność
- Usługi drogowego transportu towarowego
- Oprogramowanie, doradztwo w zakresie IT i działalność pokrewna

Działalność ta obejmuje świadczenie usług hostingowych dla klientów zewnętrznych oraz usług transportowych i kurierskich. Przez usługi hostingu rozumie się udostępnienie klientowi zewnętrznemu wszelkich komponentów informatycznych w celu wsparcia jego działalności gospodarczej, w tym: okablowania strukturalnego, centralk, elementów chłodzących, serwerów, firewalli, routerów, switchów, urządzeń backupowych i innych udostępnianych klientowi komponentów składających się na system informatyczny obsługiwany przez klienta oraz usługi zamawiania urządzeń i przechowywania danych.

Podstawą do wyliczenia udziału przychodów kwalifikujących się do taksonomii w całości przychodów z działalności Grupy było sprawozdanie finansowe Grupy za rok 2021. Alokacja przychodów według taksonomii była możliwa dzięki zaawansowanym narzędziom kontrolingowym Grupy, ułatwiającym wieloaspektową analizę wyników finansowych.

### KONTEKST

Ze względu na przejściowy charakter ujawnień za rok 2021, w tym:

- brak okresu porównawczego
- brak sprawozdawczości w zakresie dostosowania działań do taksonomii

nie ujawnia się informacji jakościowych dotyczących:

- podziału ilościowego licznika w celu zilustrowania kluczowych czynników wpływających na zmianę KPI w okresie sprawozdawczym, takich jak przychody z umów, przychody z najmu lub inne źródła przychodów;
- kwot związanych z działalnością gospodarczą zgodną z taksonomią, prowadzoną na potrzeby własne jednostki;
- wyjaśnienia jakościowych kluczowych elementów zmian w KPI w odniesieniu do obrotów w okresie sprawozdawczym.

### 3.7.2. NAKŁADY INWESTYCYJNE

CAPEX	2021
Udział procentowy działalności gospodarczej kwalifikującej się do objęcia taksonomią w całkowitych nakładach inwestycyjnych	6,32%
Procentowy udział działalności gospodarczej niekwalifikującej się do objęcia taksonomią w całkowitych nakładach inwestycyjnych	93,68%

#### ZASADY RACHUNKOWOŚCI

Po analizie wszystkich rodzajów działalności opisanych w taksonomii (NACE), nakłady inwestycyjne kwalifikujące się do objęcia taksonomią stanowią 6,32% (41,55 mln PLN) wszystkich nakładów inwestycyjnych z działalności Grupy w roku obrotowym 2021. W przypadku Grupy wydatki te obejmują nakłady inwestycyjne z tytułu następujących działań kwalifikujących się do objęcia taksonomią:

- Przetwarzanie danych; zarządzanie stroną internetową (hosting) i podobna działalność

Jako nakłady inwestycyjne kwalifikujące się do objęcia taksonomią określono jedynie aktywa lub procesy związane z działalnością gospodarczą kwalifikującą się do objęcia taksonomią. Nakłady inwestycyjne nie zostały przeanalizowane pod kątem zakupu produktów z działalności gospodarczej kwalifikującej się do objęcia taksonomią oraz poszczególnych środków ułatwiających docelową działalność w kierunku niskoemisyjności lub redukcji emisji gazów cieplarnianych.

Podstawą do wyliczenia udziału nakładów inwestycyjnych kwalifikujących się do objęcia taksonomią w całości nakładów inwestycyjnych z działalności Grupy było sprawozdanie finansowe Grupy za rok 2021 (zwiększenia środków trwałych, wartości niematerialnych i prawnych, aktywów z tytułu prawa do użytkowania prezentowane w Notach „13 – Wartości niematerialne i prawne” oraz „14 – Rzeczowe aktywa trwałe” Skonsolidowanego sprawozdania finansowego). Alokacja nakładów inwestycyjnych zgodnie z taksonomią była możliwa dzięki zaawansowanym narzędziom kontrolingowym Grupy, które pozwalają na wieloaspektową analizę wyników finansowych.

#### KONTEKST

Ze względu na przejściowy charakter ujawnień za rok 2021, w tym:

- brak okresu porównawczego
- brak sprawozdawczości w zakresie dostosowania działań do taksonomii

nie ujawnia się informacji jakościowych w zakresie: istotnych zmian, które nastąpiły w okresie sprawozdawczym w odniesieniu do realizacji planów nakładów inwestycyjnych, podziału ilościowego na zagregowanym poziomie działalności gospodarczej kwot ujętych w liczniku oraz jakościowego wyjaśnienia kluczowych elementów zmian KPI w zakresie nakładów inwestycyjnych w okresie sprawozdawczym.

### 3.7.3. WYDATKI OPERACYJNE

Wydatki operacyjne	2021
Udział procentowy działalności gospodarczej kwalifikującej się do objęcia taksonomią w całkowitych wydatkach operacyjnych	7,86%
Procentowy udział działalności gospodarczej niekwalifikującej się do objęcia taksonomią w całkowitych wydatkach operacyjnych	92,14%

#### ZASADY RACHUNKOWOŚCI

Po analizie wszystkich rodzajów działalności opisanych w taksonomii (NACE), wydatki operacyjne kwalifikujące się do objęcia taksonomią wynoszą 7,86% (9,61 mln PLN) wszystkich wydatków operacyjnych z działalności Grupy w roku obrotowym 2021 (rozumianych jako bezpośrednie, nieskapitalizowane koszty, które odnoszą się do badań i rozwoju, działań remontowych w budynkach, leasingu krótkoterminowego, konserwacji i napraw oraz wszelkich innych bezpośrednich nakładów związanych z bieżącą obsługą rzeczowych aktywów trwałych przez jednostkę gospodarczą lub stronę trzecią, której zlecono działania, które są niezbędne do zapewnienia ciągłego i efektywnego funkcjonowania tych aktywów). W przypadku Grupy wydatki te obejmują wydatki z tytułu następujących działań kwalifikujących się do objęcia taksonomią:

- Przetwarzanie danych; zarządzanie stroną internetową (hosting) i podobna działalność

Wydatki operacyjne nie zostały przeanalizowane pod kątem zakupu produktów z działalności gospodarczej kwalifikującej się do objęcia taksonomią oraz poszczególnych środków ułatwiających docelową działalność w kierunku niskoemisyjności lub redukcji emisji gazów cieplarnianych.

Podstawą do wyliczenia udziału wydatków operacyjnych kwalifikujących się do objęcia taksonomią we wszystkich wydatkach operacyjnych działalności Grupy było sprawozdanie finansowe Grupy za rok 2021. Alokacja wydatków operacyjnych zgodnie z taksonomią była możliwa dzięki zaawansowanym narzędziom kontrolingowym Grupy, które pozwalają na wieloaspektową analizę wyników finansowych.

#### KONTEKST

Ze względu na przejściowy charakter ujawnień za rok 2021, w tym:

- brak okresu porównawczego
- brak sprawozdawczości w zakresie dostosowania działań do taksonomii

nie ujawnia się informacji jakościowych dotyczących:

- podziału ilościowego licznika w celu zilustrowania kluczowych czynników wpływających na zmianę KPI dla wydatków operacyjnych w okresie sprawozdawczym
- jakościowych wyjaśnień kluczowych elementów zmian w KPI w odniesieniu do wydatków operacyjnych w okresie sprawozdawczym
- pozostałych wydatków związanych z bieżącą obsługą rzeczowych aktywów trwałych, które zostały uwzględnione w kalkulacji wydatków operacyjnych zarówno w mianowniku jak i w liczniku

### 3.7.4 INFORMACJE NA TEMAT OCENY ZGODNOŚCI Z ROZPORZĄDZENIEM (UE) 2020/852

Opis charakteru działalności gospodarczej kwalifikującej się do taksonomii:

Kwalifikująca się do taksonomii działalność gospodarcza Grupy:

Przetwarzanie danych; zarządzanie stroną internetową (hosting) i podobna działalność	Świadczenie usług hostingowych dla klientów zewnętrznych. Przez usługi hostingu rozumie się udostępnienie klientowi zewnętrznemu wszelkich komponentów informatycznych w celu wsparcia jego działalności gospodarczej, w tym: okablowania strukturalnego, centralek, elementów chłodzących, serwerów, firewalli, routerów, switchów, urządzeń backupowych i innych udostępnianych klientowi komponentów składających się na system informatyczny obsługiwany przez klienta oraz usługi zamawiania urządzeń i przechowywania danych.
Usługi drogowego transportu towarowego	Usługi transportowe i kurierskie
Oprogramowanie, doradztwo w zakresie IT i działalność pokrewna	—

### WYJAŚNIENIE, W JAKI SPOSÓB UNIKNIĘTO PODWÓJNEGO LICZENIA PRZY PRZYPISYWANIU KPI DOTYCZĄCYCH OBROTU, NAKŁADÓW INWESTYCYJNYCH I WYDATKÓW OPERACYJNYCH DO RÓŻNYCH RODZAJÓW DZIAŁALNOŚCI GOSPODARCZEJ W LICZNIKU

Dane prezentowane w taksonomii są wolne od podwójnego liczenia, gdyż pochodzą z systemu kontrolingowego wspierającego rachunkowość zarządczą Grupy. System ten składa się z zespołu wyodrębnionych, finansowych jednostek organizacyjnych, których dane finansowe (przychody, nakłady inwestycyjne i wydatki operacyjne) wykazywane są w planie kont i pozycjach pomocniczych zgodnie z przyjętymi zasadami rachunkowości.

Wydatki operacyjne nie zostały przeanalizowane pod kątem zakupu produktów z działalności gospodarczej kwalifikującej się do objęcia taksonomią oraz poszczególnych środków ułatwiających docelową działalność w kierunku niskoemisyjności lub redukcji emisji gazów cieplarnianych.



allegro

#### IV. Sprawozdanie Finansowe

# 1.

## Oświadczenie o odpowiedzialności

Allegro.eu  
Société anonyme  
1, rue Hildegard von Bingen, L – 1282 Luksemburg,  
Wielkie Księstwo Luksemburga  
R.C.S. Luksemburg: B214.830

### OŚWIADCZENIE O ODPOWIEDZIALNOŚCI

Rada Dyrektorów potwierdza, że zgodnie z jej najlepszą wiedzą:

Niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe za 2021 r., przygotowane zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej przyjętymi przez Unię Europejską, oraz Jednostkowe Sprawozdanie Finansowe, przygotowane zgodnie z Ogólnie Przyjętymi Zasadami Rachunkowości w Luksemburgu, przedstawiają prawdziwy i rzetelny obraz aktywów, zobowiązań, sytuacji finansowej oraz wyniku finansowego Spółki oraz jednostek objętych konsolidacją traktowanych jako całość, oraz że sprawozdanie Rady Dyrektorów zawiera rzetelną ocenę rozwoju i wyników oraz sytuacji Spółki i jednostek objętych konsolidacją traktowanych jako całość, oraz zawiera opis najważniejszych czynników ryzyka i niepewności, przed którymi stoją Spółka i jednostki objęte konsolidacją.

Zatwierdzone przez Radę Dyrektorów w jej imieniu przez:

Darren Huston

Dyrektor

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 2021 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 2021 r.; oraz sporządzone za rok obrotowy od 1 stycznia do 31 grudnia 2021 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

PricewaterhouseCoopers, Société coopérative, 2 rue Gerhard Mercator, B.P. 1443, L-1014 Luxembourg  
T : +352 494848 1, F : +352 494848 2900, www.pwc.lu

Cabinet de révision agréé. Expert-comptable (autorisation gouvernementale n°10028256)  
R.C.S. Luxembourg B 65 477 - TVA LU25482518



oraz z innymi wymogami etycznymi, które mają zastosowanie do naszego badania skonsolidowanych sprawozdań finansowych. Wypełniliśmy nasze inne obowiązki etyczne zgodnie z tymi wymogami.

Zgodnie z naszą najlepszą wiedzą, oświadczamy że nie świadczyliśmy usług nieaudytowych zakazanych zgodnie z Art. 5(1) Rozporządzenia UE nr 537/2014.

Usługi nieaudytowe świadczone przez nas na rzecz Spółki i jednostek przez nią kontrolowanych, jeśli miały zastosowanie, za rok obrotowy kończący się tego dnia, zostały ujawnione w Nocie 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	Jak nasze badanie odniosło się do tej sprawy
<p><b>Rozpoznanie przychodów z platformy handlowej i rozliczanie programu Smart!.</b></p> <p>Skonsolidowane przychody Grupy w 2021 roku wyniosły 5.352,9 mln zł. Istnieje wiele strumieni przychodów, które zostały opisane w nocie 9.2.</p> <p>Przychody platformy handlowej wyniosły 4.303,9 mln i stanowiły 80,4% przychodów Grupy za rok zakończony 31 grudnia 2021 roku.</p> <p>W ramach działalności generującej przychody wpływ dostaw Smart! (program lojalnościowy) wykazuje koszt w wysokości 1.246,2 mln zł, który prezentowany jest w kosztach operacyjnych w pozycji "Koszt netto dostaw", ponieważ przewyższa on uzyskaną opłatę abonamentową.</p> <p>Ujawnienia dotyczące programu Smart! oraz kluczowych osądów zostały zawarte w notach 9.1 oraz 9.5 skonsolidowanego sprawozdania finansowego.</p> <p>Zastosowanie zasad rozpoznawania przychodów w odniesieniu do przychodów platformy handlowej i programu Smart! jest złożone i wymaga szacunków oraz zastosowania osądu kierownictwa co do definicji klienta lub rozważenia roli agenta vs. mocodawcy.</p> <p>Ponadto, duża liczba transakcji, wysoki stopień automatyzacji procesu rozpoznawania przychodów oraz złożoność systemów i procesów stosowanych przez Grupę zwiększają ogólną złożoność.</p>	<p>Nasze procedury audytowe dotyczące ujmowania przychodów obejmowały między innymi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zrozumieliśmy i oceniliśmy ogólne środowisko kontroli IT oraz istniejące mechanizmy kontrolne;</li> <li>• Sprawdziliśmy operacyjną efektywność kontroli wewnętrznych dotyczących rozwoju systemu, zmian w programie oraz kontroli biznesowych zależnych od IT, aby ustalić, czy zmiany w systemie były odpowiednio autoryzowane, a także opracowane i wdrożone we właściwy sposób;</li> <li>• Zbadaliśmy wybrane kontrole wewnętrzne w procesie generowania przychodów platformy handlowej w obszarach: rejestracja ofert, przetwarzanie transakcji, naliczanie opłat, rejestracja płatności klientów, blokada sprzedaży;</li> <li>• Wykorzystaliśmy automatyczne badanie przychodów do szczegółowego badania transakcji sprzedaży na rynku, które obejmuje automatyczne dopasowanie rekordów rozliczeniowych do płatności;</li> <li>• Wybraną próbę transakcji przychodów przeliczyliśmy zgodnie z cennikami, a także sprawdziliśmy spłaty salda należności sprzedawców po transakcji;</li> <li>• Uzgodniliśmy zapisy billingowe z zestawieniem obrotów i sald bez istotnych różnic;</li> <li>• Przeanalizowaliśmy zapisy księgowe wpływające na przychody platformy handlowej, aby zidentyfikować wszelkie zapisy, które mogą być nieuzasadnione;</li> <li>• Zbadaliśmy zobowiązania dotyczące umów z klientami w celu ustalenia, czy odpowiednie kwoty zostały ujęte w okresie;</li> <li>• Oceniliśmy adekwatność założeń przyjętych przez Zarząd w procesie ustalania znaczących osądów dotyczących zastosowania MSSF 15 (Przychody z umów z klientami);</li> </ul>

<p>Zidentyfikowaliśmy rozpoznanie przychodów platformy handlowej i rozliczanie programu Smart! jako kluczową sprawę badania, ponieważ zastosowanie standardu rozpoznawania przychodów jest złożone i wymaga istotnych osądów i szacunków.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 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;</li> <li>• Oceniliśmy adekwatność i kompletność ujawnionych informacji.</li> </ul>
---	--

#### Inne informacje

Rada Dyrektorów jest odpowiedzialna za inne informacje. Inne informacje obejmują informacje zawarte w raporcie rocznym, w tym raport zarządu oraz Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego, ale nie obejmują skonsolidowanego sprawozdania finansowego i raportu z badania tego sprawozdania.

Nasza opinia o skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym nie obejmuje innych informacji i nie wyrażamy o nich opinii w jakiegokolwiek formie.

W związku z przeprowadzonym przez nas badaniem skonsolidowanego sprawozdania finansowego, naszym obowiązkiem jest przeczytanie innych informacji wskazanych powyżej i, czyniąc to, rozważenie, czy inne informacje są istotnie niespójne ze skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym, naszą wiedzą uzyskaną w trakcie badania, lub czy w inny sposób wydają się być istotnie zniekształcone. Jeżeli na podstawie wykonanej pracy stwierdzimy istotne zniekształcenie innych informacji, jesteśmy zobowiązani poinformować o tym fakcie. Nie mamy nic do zaraportowania w tym zakresie.

#### Odpowiedzialność Rady Dyrektorów i osób sprawujących nadzór

Rada Dyrektorów jest odpowiedzialna za sporządzenie skonsolidowanego sprawozdania finansowego, które przedstawia rzetelny i jasny obraz sytuacji majątkowej i finansowej i wyniku finansowego Grupy zgodnie z MSSF przyjętymi przez Unię Europejską oraz za kontrolę wewnętrzną, którą Rada Dyrektorów uważa za niezbędną aby umożliwić sporządzenie skonsolidowanego sprawozdania finansowego niezawierającego istotnego zniekształcenia spowodowanego oszustwem lub błędem.

Sporządzając skonsolidowane sprawozdanie finansowe, Rada Dyrektorów jest odpowiedzialna za ocenę zdolności Grupy do kontynuowania działalności, ujawnienie, jeśli ma to zastosowanie, spraw związanych z kontynuacją działalności oraz za przyjęcie zasady kontynuacji działalności jako podstawy rachunkowości, chyba że Rada Dyrektorów zamierza dokonać likwidacji Grupy lub zaniechać prowadzenia działalności albo nie ma żadnej realnej alternatywy dla likwidacji lub zaniechania działalności.

Osoby sprawujące nadzór są odpowiedzialne za nadzorowanie procesu sprawozdawczości finansowej Grupy.

Rada Dyrektorów jest odpowiedzialna za sporządzenie i oznaczenie skonsolidowanego sprawozdania finansowego zgodnie z wymogami określonymi w Rozporządzeniu delegowanym Komisji (UE) nr 2019/815 w odniesieniu do regulacyjnych standardów technicznych dotyczących specyfikacji jednolitego elektronicznego formatu raportowania („Rozporządzenie ESEF”).





## Odpowiedzialność biegłego rewidenta ("Réviseur d'entreprises agré") za badanie skonsolidowanego sprawozdania finansowego

Naszymi celami są uzyskanie racjonalnej pewności, czy skonsolidowane sprawozdanie finansowe jako całość nie zawiera istotnego zniekształcenia spowodowanego oszustwem lub błędem oraz wydanie sprawozdania z badania zawierającego naszą opinię. Racjonalna pewność jest wysokim poziomem pewności, ale nie gwarantuje, że badanie przeprowadzone zgodnie z Rozporządzeniem UE nr 537/2014, Ustawą z dnia 23 lipca 2016 r. oraz z ISAs przyjętymi dla Luksemburga przez CSSF zawsze wykryje istniejące istotne zniekształcenie. Zniekształcenia mogą powstawać na skutek oszustwa lub błędów i są uważane za istotne, jeżeli można racjonalnie oczekiwać, że pojedynczo lub łącznie mogłyby wpłynąć na decyzje ekonomiczne użytkowników podjęte na podstawie skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

W ramach badania zgodnie z Rozporządzeniem UE nr 537/2014, Ustawą z dnia 23 lipca 2016 r. oraz z ISAs przyjętymi dla Luksemburga przez CSSF, stosujemy zawodowy osąd i zachowujemy zawodowy sceptycyzm w trakcie badania, a także:

- identyfikujemy i szacujemy 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 błędów, ponieważ oszustwo może dotyczyć zmywu, fałszerstwa, celowych pominięć, wprowadzenia w błąd lub obejścia kontroli wewnętrznej;
- uzyskujemy zrozumienie kontroli wewnętrznej stosowanej dla badania w celu zaprojektowania procedur badania, które są odpowiednie w danych okolicznościach, ale nie w celu wyrażenia opinii na temat skuteczności kontroli wewnętrznej Grupy;
- oceniamy odpowiedniość zastosowanych zasad (polityki) rachunkowości oraz zasadność szacunków księgowych oraz powiązanych ujawnień dokonanych przez Radę Dyrektorów;
- wyciągamy wnioski na temat odpowiedniości zastosowania przez Radę Dyrektorów zasady kontynuacji działalności jako podstawy rachunkowości oraz, na podstawie uzyskanych dowodów badania, czy istnieje istotna niepewność związana ze zdarzeniami lub warunkami, które mogą poddawać w znaczącą wątpliwość zdolność Grupy do kontynuacji działalności. Jeżeli dochodzimy do wniosku, że istnieje istotna niepewność, wymagane jest od nas zwrócenie uwagi w sprawozdaniu biegłego rewidenta na powiązane ujawnienia w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym lub, jeżeli takie ujawnienia są nieadekwatne, modyfikujemy naszą opinię. Nasze wnioski są oparte na dowodach badania uzyskanych do dnia sporządzenia sprawozdania biegłego rewidenta, jednakże przyszłe zdarzenia lub warunki mogą spowodować, że Grupa zaprzestanie kontynuacji działalności;
- oceniamy ogólną prezentację, strukturę i zawartość skonsolidowanego sprawozdania finansowego, w tym ujawnienia, oraz czy skonsolidowane sprawozdanie finansowe przedstawia będące ich podstawą transakcje i zdarzenia w sposób zapewniający rzetelną prezentację;
- uzyskujemy wystarczające odpowiednie dowody badania odnośnie do informacji finansowych jednostek lub działalności gospodarczych wewnątrz Grupy w celu wyrażenia opinii na temat skonsolidowanego sprawozdania finansowego. Jesteśmy odpowiedzialni za kierowanie, nadzór i przeprowadzenie badania Grupy i jesteśmy wyłącznie odpowiedzialni za naszą opinię z badania.



Komunikujemy się z osobami sprawującymi nadzór odnośnie, między innymi, do planowanego zakresu i czasu przeprowadzenia badania oraz znaczących ustaleń badania, w tym wszelkich znaczących słabości kontroli wewnętrznej, które zidentyfikujemy podczas badania.

Składamy osobom odpowiedzialnym za nadzór oświadczenie, że przestrzegaliśmy stosownych wymogów etycznych dotyczących niezależności oraz komunikujemy wszystkie powiązania i inne sprawy, które mogłyby być racjonalnie uznane za stanowiące zagrożenie dla naszej niezależności, a tam gdzie ma to zastosowanie, informujemy o działaniach podjętych w celu eliminowania tych zagrożeń oraz zastosowanych zabezpieczeniach.

Pośród spraw komunikowanych osobom odpowiedzialnym za nadzór ustaliliśmy te sprawy, które były najbardziej znaczące podczas badania skonsolidowanego sprawozdania finansowego za bieżący okres i dlatego uznaliśmy je za kluczowe sprawy badania. Opisujemy te sprawy w naszym sprawozdaniu biegłego rewidenta, chyba że przepisy prawa lub regulacje zabraniają publicznego ujawnienia na ich temat.

Oceniamy, czy skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało przygotowane, we wszystkich istotnych aspektach, zgodnie z wymaganiami określonymi w Rozporządzeniu ESEF.

## Sprawozdanie na temat innych wymogów prawa i regulacji

Raport z działalności jest zgodny z informacjami zawartymi w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym i zostało sporządzone zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa.

Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego zawarte jest na stronach 92 do 119 w raporcie zarządu. Informacje wymagane zgodnie z art. 68ter ust. 1 lit. c) i d) ustawy z dnia 19 grudnia 2002 r. o rejestrze handlowym i rejestrze przedsiębiorców oraz o rachunkowości i rocznych sprawozdaniach finansowych jednostek, z późniejszymi zmianami, są zgodne ze skonsolidowanym sprawozdaniem finansowym i zostały sporządzone zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa.

Zostaliśmy jako biegły rewident ("Réviseur d'Entreprises Agré") wybrani do badania skonsolidowanego sprawozdania finansowego przez Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy w dniu 17 czerwca 2021 r. Skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy badamy nieprzerwanie przez 5 lat.

Sprawdziliśmy, czy skonsolidowane sprawozdanie finansowe Spółki za rok 2021 zostało przygotowane zgodnie z wymaganiami statutowymi określonymi w Rozporządzeniu ESEF dla skonsolidowanych sprawozdań finansowych.

Dla Grupy dotyczy to wymagania, aby:

- skonsolidowane sprawozdanie finansowe zostało przygotowane w odpowiednim formacie XHTML;
- zastosować znaczniki XBRL zgodnie z taksonomią określoną w Rozporządzeniu ESEF.

Naszym zdaniem, załączone skonsolidowane sprawozdanie finansowe sporządzone za rok zakończony 31 grudnia 2021 r., identyfikowane jako Standalone\_and\_Consolidated\_Annual\_Report\_of\_Allegro.eu\_Group.zip, zostało przygotowane, we wszystkich istotnych aspektach, zgodnie z wymaganiami określonymi w Rozporządzeniu ESEF.

PricewaterhouseCoopers, Société coopérative  
Reprezentowana przez  
Véronique Lefebvre  
Luksemburg, 23 lutego 2022

# 3.

## Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe

### Skonsolidowane Sprawozdanie z całkowitych dochodów

	Nota	01.01–31.12.2021	01.01–31.12.2020
<b>Przychody</b>	<b>9</b>	<b>5 352 870</b>	<b>3 997 811</b>
<b>Koszty operacyjne</b>		<b>(3 359 130)</b>	<b>(2 410 979)</b>
Koszty obsługi płatności		(142 571)	(152 889)
Wartość sprzedanych towarów i materiałów		(341 110)	(222 675)
Koszty dostaw netto	9.5	(1 246 198)	(692 509)
Koszty usług marketingowych		(661 636)	(564 670)
Koszty pracownicze netto		(555 210)	(490 109)
<i>Koszty pracownicze brutto</i>		<i>(709 400)</i>	<i>(608 854)</i>
<i>Skapitalizowane koszty prac rozwojowych</i>		<i>154 190</i>	<i>118 745</i>
Koszty usług IT		(100 911)	(61 398)
<i>Koszty usług IT brutto</i>		<i>(101 794)</i>	<i>(61 398)</i>
<i>Skapitalizowane koszty prac rozwojowych</i>		<i>883</i>	<i>—</i>
Pozostałe koszty netto		(195 017)	(125 782)
<i>Pozostałe koszty brutto</i>		<i>(264 785)</i>	<i>(156 336)</i>
<i>Skapitalizowane koszty prac rozwojowych</i>		<i>69 768</i>	<i>30 554</i>
Odpisy netto z tytułu utraty wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów z klientami	30	(66 671)	(39 378)
Koszty transakcyjne	8	(49 806)	(61 569)
<b>Zysk z działalności operacyjnej przed amortyzacją</b>		<b>1 993 740</b>	<b>1 586 832</b>
<b>Amortyzacja</b>		<b>(520 795)</b>	<b>(463 789)</b>
Amortyzacja wartości niematerialnych i prawnych		(435 424)	(400 215)
Amortyzacja środków trwałych		(85 371)	(63 574)
<b>Zysk z działalności operacyjnej</b>		<b>1 472 945</b>	<b>1 123 043</b>

	Nota	01.01–31.12.2021	01.01–31.12.2020
<b>Koszty finansowe netto</b>	<b>10</b>	<b>(114 824)</b>	<b>(506 336)</b>
Przychody finansowe		114 884	16 965
Koszty finansowe		(229 708)	(523 301)
<b>Zysk przed opodatkowaniem</b>		<b>1 358 121</b>	<b>616 707</b>
<b>Podatek dochodowy</b>	<b>11</b>	<b>(268 503)</b>	<b>(198 147)</b>
<b>Zysk netto</b>		<b>1 089 618</b>	<b>418 560</b>
<b>Inne całkowite dochody</b>		<b>240 903</b>	<b>(74 712)</b>
<b>– podlegające reklasyfikacji do wyniku finansowego</b>		<b>241 693</b>	<b>(73 774)</b>
Zysk/(strata) na transakcjach zabezpieczających przepływy pieniężne		231 614	(104 980)
Transakcje zabezpieczające przepływy pieniężne – Reklasyfikacja z innych całkowitych dochodów do wyniku finansowego		61 802	38 926
Podatek odroczony dotyczący tych pozycji		(51 723)	(7 152)
Różnice kursowe z przeliczenia jednostek działających za granicą		—	(568)
<b>– Pozycje niepodlegające reklasyfikacji do wyniku finansowego</b>		<b>(790)</b>	<b>(938)</b>
Aktualizacja wyceny zobowiązań z tytułu świadczeń po okresie zatrudnienia		(996)	(1 137)
Podatek odroczony dotyczący tych pozycji		206	199
<b>Razem całkowite dochody za okres obrotowy</b>		<b>1 330 521</b>	<b>343 848</b>
	Nota	01.01–31.12.2021	01.01–31.12.2020
<b>Zysk netto za okres obrotowy, przypadający na:</b>		<b>1 089 618</b>	<b>418 560</b>
Akcjonariuszy Jednostki Dominującej		1 089 618	419 160
Udziały niekontrolujące		—	(600)
	Nota	01.01–31.12.2021	01.01–31.12.2020
<b>Razem całkowite dochody za okres obrotowy, przypadające na:</b>		<b>1 330 521</b>	<b>343 848</b>
Akcjonariuszy Jednostki Dominującej		1 330 521	344 448
Udziały niekontrolujące		—	(600)
	Nota	01.01–31.12.2021	01.01–31.12.2020
<b>Zysk/(strata) na jedną akcję przypadający na posiadaczy akcji zwykłych spółki (w PLN)</b>	<b>12</b>		
Podstawowy		1,06	(0,43)
Rozwodniony		1,06	(0,43)

Powyższe Skonsolidowane Sprawozdanie z całkowitych dochodów należy analizować łącznie z załączonymi notami objaśniającymi.

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

## Skonsolidowane Sprawozdanie z sytuacji finansowej

### AKTYWA

Aktywa trwałe	Nota	31.12.2021	31.12.2020
Wartość firmy	13	8 669 569	8 639 249
Pozostałe wartości niematerialne i prawne	13	4 230 029	4 407 024
Rzeczowe aktywa trwałe	14	443 809	150 820
Aktywa finansowe będące instrumentami pochodnymi	26	203 027	—
Pozostałe należności		30 676	—
Pożyczki konsumenckie	18	15 622	4 728
Przedpłaty	17	11 258	—
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	23	4 579	281
Inwestycje		360	360
<b>Aktywa trwałe razem</b>		<b>13 608 929</b>	<b>13 202 462</b>
<b>Aktywa obrotowe</b>	<b>Nota</b>	<b>31.12.2021</b>	<b>31.12.2020</b>
Zapasy	15	43 995	24 619
Należności handlowe oraz pozostałe należności	16	818 828	646 409
Przedpłaty	17	54 068	36 496
Pożyczki konsumenckie	18	343 163	47 244
Pozostałe aktywa finansowe		6 710	4 788
Aktywa finansowe będące instrumentami pochodnymi	26	13 968	—
Należności z tytułu podatku dochodowego		8 735	802
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	19	1 957 241	1 185 060
Środki pieniężne o ograniczonej możliwości dysponowania	20	14 240	—
<b>Aktywa obrotowe razem</b>		<b>3 260 948</b>	<b>1 945 418</b>
<b>AKTYWA RAZEM</b>		<b>16 869 877</b>	<b>15 147 880</b>

Powyższe Skonsolidowane Sprawozdanie z sytuacji finansowej należy analizować łącznie z załączonymi notami objaśniającymi.

### PASYWA

Kapitał własny	Nota	31.12.2021	31.12.2020
Kapitał zakładowy	28	10 233	10 233
Kapitał zapasowy		7 089 903	7 073 667
Kapitał rezerwowy z wyceny zabezpieczeń przepływów pieniężnych		146 209	(95 484)
Zyski/(straty) aktuarialne		(1 728)	(938)
Pozostałe kapitały rezerwowe	28.3	19 707	—
Akcje własne	28.4	(1 995)	—
Niepodzielony wynik finansowy za lata ubiegłe		1 102 118	682 958
Wynik finansowy netto		1 089 618	419 160
<b>Kapitał własny przypadający na akcjonariuszy Jednostki Dominującej</b>		<b>9 454 065</b>	<b>8 089 596</b>
<b>Kapitał własny razem</b>		<b>9 454 065</b>	<b>8 089 596</b>
<b>Zobowiązania długoterminowe</b>	<b>Nota</b>	<b>31.12.2021</b>	<b>31.12.2020</b>
Kredyty i pożyczki	21	5 362 982	5 437 223
Zobowiązania z tytułu leasingu	22	206 086	45 359
Zobowiązania finansowe będące instrumentami pochodnymi	26	—	97 298
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	23	608 797	579 078
Zobowiązania wobec pracowników	24	9 769	5 370
Zobowiązania związane z połączeniem jednostek gospodarczych	5	—	3 893
<b>Zobowiązania długoterminowe razem</b>		<b>6 187 634</b>	<b>6 168 221</b>
<b>Zobowiązania krótkoterminowe</b>	<b>Nota</b>	<b>31.12.2021</b>	<b>31.12.2020</b>
Kredyty i pożyczki	21	3 316	577
Zobowiązania z tytułu leasingu	22	45 056	27 907
Zobowiązania finansowe będące instrumentami pochodnymi	26	12 610	—
Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania	25	903 755	557 629
Zobowiązania z tytułu podatku dochodowego		154 940	155 022
Zobowiązania wobec pracowników	24	103 608	148 928
Zobowiązania związane z połączeniem jednostek gospodarczych	5	4 893	—
<b>Zobowiązania krótkoterminowe razem</b>		<b>1 228 178</b>	<b>890 063</b>
<b>PASYWA RAZEM</b>		<b>16 869 877</b>	<b>15 147 880</b>

Powyższe Skonsolidowane Sprawozdanie z sytuacji finansowej należy analizować łącznie z załączonymi notami objaśniającymi.

## Skonsolidowane Sprawozdanie ze zmian w kapitale własnym

	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy	Różnice kursowe z przeliczenia jednostek działających za granicą	Kapitał rezerwowowy z wyceny zabezpieczeń przepływów pieniężnych	Zyski/(straty) aktuarialne	Pozostałe kapitały rezerwowe	Akcje własne	Niepodzielony wynik finansowy za lata ubiegłe	Wynik finansowy netto	Kapitał własny przypadający na akcjonariuszy Jednostki Dominującej	Udziały niekontrolujące	Razem
<b>Stan na 01.01.2021</b>	<b>10 233</b>	<b>7 073 667</b>	<b>—</b>	<b>(95 484)</b>	<b>(938)</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>682 958</b>	<b>419 160</b>	<b>8 089 596</b>	<b>—</b>	<b>8 089 596</b>
Zysk/(strata) za okres obrotowy	—	—	—	—	—	—	—	—	1 089 618	1 089 618	—	1 089 618
Inne całkowite dochody	—	—	—	241 693	(790)	—	—	—	—	240 903	—	240 903
<b>Razem całkowite dochody za okres obrotowy</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>241 693</b>	<b>(790)</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>1 089 618</b>	<b>1 330 521</b>	<b>—</b>	<b>1 330 521</b>
Przeniesienie zysku/(straty) z poprzednich lat	—	—	—	—	—	—	—	419 160	(419 160)	—	—	—
Program Motywacyjny Allegro (zob. Nota 28)	—	—	—	—	—	19 707	—	—	—	19 707	—	19 707
Konsolidacja jednostki Employee Benefit Trust (patrz Nota 28.4)	—	17 627	—	—	—	—	(3 386)	—	—	14 241	—	14 241
Wydanie Nagród w postaci bezpłatnych akcji pracownikom	—	(1 391)	—	—	—	—	1 391	—	—	—	—	—
<b>Transakcje z właścicielami działającymi w charakterze właścicieli</b>	<b>—</b>	<b>16 236</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>19 707</b>	<b>(1 995)</b>	<b>419 160</b>	<b>(419 160)</b>	<b>33 948</b>	<b>—</b>	<b>33 948</b>
<b>Stan na 31.12.2021</b>	<b>10 233</b>	<b>7 089 903</b>	<b>—</b>	<b>146 209</b>	<b>(1 728)</b>	<b>19 707</b>	<b>(1 995)</b>	<b>1 102 118</b>	<b>1 089 618</b>	<b>9 454 065</b>	<b>—</b>	<b>9 454 065</b>
<b>Stan na 01.01.2020</b>	<b>434 246</b>	<b>5 141 141</b>	<b>568</b>	<b>(22 278)</b>	<b>—</b>	<b>(33 633)</b>	<b>—</b>	<b>758 784</b>	<b>391 392</b>	<b>6 670 220</b>	<b>13 422</b>	<b>6 683 642</b>
Zysk/(strata) za okres obrotowy	—	—	—	—	—	—	—	—	419 160	419 160	(600)	418 560
Inne całkowite dochody	—	—	(568)	(73 206)	(938)	—	—	—	—	(74 712)	—	(74 712)
<b>Razem całkowite dochody za okres obrotowy</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>(568)</b>	<b>(73 206)</b>	<b>(938)</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>419 160</b>	<b>344 448</b>	<b>(600)</b>	<b>343 848</b>
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
Wynagrodzenie w formie akcji (patrz Nota 28)	—	—	—	—	—	52 191	—	—	—	52 191	—	52 191
Akcje przyznane pracownikom (patrz Nota 28)	—	—	—	—	—	25 428	—	—	—	25 428	—	25 428
Realizacja przyznanych praw do akcji przez pracowników	—	87 196	—	—	—	(87 196)	—	—	—	—	—	—
Koszty IPO ujęte w kapitale własnym	—	(5 889)	—	—	—	—	—	—	—	(5 889)	—	(5 889)
Wycena zobowiązania opcyjnego do wykupu udziałów niekontrolujących	—	—	—	—	—	3 210	—	—	—	3 210	—	3 210
Zakup udziałów niekontrolujących – wykonanie opcji (patrz Nota 5)	—	—	—	—	—	40 000	—	(27 178)	—	12 822	(12 822)	—
<b>Transakcje z właścicielami działającymi w charakterze właścicieli</b>	<b>(424 013)</b>	<b>1 932 526</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>33 633</b>	<b>—</b>	<b>(75 826)</b>	<b>(391 392)</b>	<b>1 074 928</b>	<b>(12 822)</b>	<b>1 062 106</b>
<b>Stan na 31.12.2020</b>	<b>10 233</b>	<b>7 073 667</b>	<b>—</b>	<b>(95 484)</b>	<b>(938)</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>682 958</b>	<b>419 160</b>	<b>8 089 596</b>	<b>—</b>	<b>8 089 596</b>

Powyższe Skonsolidowane Sprawozdanie ze zmian w kapitale własnym należy analizować łącznie z załączonymi notami objaśniającymi.

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

## Skonsolidowane Sprawozdanie z przepływów pieniężnych

Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej	Nota	01.01–31.12.2021	01.01–31.12.2020
<b>Zysk przed opodatkowaniem</b>		<b>1 358 121</b>	<b>616 707</b>
Amortyzacja		520 795	463 789
Koszty odsetkowe netto	10	109 354	508 351
Niegotówkowe koszty świadczeń pracowniczych – płatności na bazie akcji	38	19 707	77 619
Prowizja za dostępność kredytu odnawialnego	10	3 889	3 311
Zysk/(strata) z tytułu różnic kursowych	29.2	(659)	4 075
Odsetki z tytułu leasingu	29.2	4 982	3 028
(Zysk)/strata z tytułu wyceny instrumentu finansowego		(5 036)	(10 933)
(Zysk)/strata netto ze sprzedaży aktywów trwałych		232	—
(Zwiększenie)/zmniejszenie stanu należności handlowych i pozostałych należności oraz przedpłat	29.3	(226 837)	(260 544)
(Zwiększenie)/zmniejszenie stanu zapasów	29.3	(19 352)	(4 568)
Zwiększenie/(zmniejszenie) stanu zobowiązań handlowych oraz pozostałych	29.3	293 671	210 956
(Zwiększenie)/zmniejszenie stanu pożyczek konsumenckich	29.3	(306 813)	(51 972)
Zwiększenie/(zmniejszenie) stanu zobowiązań wobec pracowników	29.3	(42 005)	71 183
<b>Środki pieniężne z działalności operacyjnej</b>		<b>1 710 049</b>	<b>1 631 002</b>
Podatek dochodowy zapłacony		(303 452)	(121 112)
<b>Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej</b>		<b>1 406 597</b>	<b>1 509 890</b>

Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej	Nota	01.01–31.12.2021	01.01–31.12.2020
Nabycie rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych i prawnych		(407 071)	(230 541)
Pożyczki udzielone		—	(18 771)
Splata udzielonych pożyczek		—	42 934
Nabycie jednostki zależnej (po potrąceniu przyjętych środków pieniężnych)	5	(22 551)	(11 827)
Inne		(278)	—
<b>Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej</b>		<b>(429 900)</b>	<b>(218 205)</b>

Przepływy pieniężne z działalności finansowej	Nota	01.01–31.12.2021	01.01–31.12.2020
Wpływy z podwyższenia kapitału	28	—	972 326
Splata kredytów i pożyczek	29.2	(1 655)	(1 056 693)
Odsetki zapłacone	29.2	(124 565)	(275 853)
Prowizja z tytułu przedterminowej spłaty		—	(26 000)
Opłaty leasingowe	29.2	(36 044)	(29 129)
Zachęty leasingowe		23 081	—
Płatność prowizji za dostępność kredytu odnawialnego		(2 973)	(2 523)
Rozliczenia z tytułu instrumentów zabezpieczających stopę procentową		(61 801)	(38 926)
Płatności za zakup udziałów niekontrolujących	5	—	(40 000)
Płatności z tytułu pozostałej działalności finansowej		(559)	(7 815)
Płatności związane z emisją nowych akcji		—	(5 889)
<b>Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej</b>		<b>(204 516)</b>	<b>(510 502)</b>

	Nota	01.01–31.12.2021	01.01–31.12.2020
<b>Zwiększenie/(zmniejszenie) stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów</b>		<b>772 181</b>	<b>781 183</b>
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na początek roku obrotowego		1 185 060	403 877
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na koniec roku obrotowego		1 957 241	1 185 060

Powyższe Skonsolidowane Sprawozdanie z przepływów pieniężnych należy analizować łącznie z załączonymi notami objaśniającymi.

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

# 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”) 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 głównie poprzez spółki Allegro.pl Sp. z o.o. („Allegro.pl”), Allegro Pay sp. z o.o. („Allegro Pay”), Ceneo.pl sp. z o.o. („Ceneo.pl”), eBilet Polska Sp. z o.o. („eBilet”) oraz Opennet.pl sp. z o.o. („Opennet.pl”). Głównym przedmiotem działalności Grupy są:

- usługi internetowej platformy handlowej;
- usługi reklamowe;
- 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;
- firma kurierska realizująca dostawy tego samego dnia w obrębie miasta i dostawy następnego dnia pomiędzy miastami;
- 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 2021 r., wraz z okresem porównawczym za rok zakończony 31 grudnia 2020 r.

## 2. Podstawa sporządzenia

Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe Grupy Allegro.eu S.A. za rok zakończony 31 grudnia 2021 r. zostało sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej (MSSF) przyjętymi przez Unię Europejską, obowiązującymi na dzień 31 grudnia 2021 r. (razem „Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe”).

Niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe zostało sporządzone zgodnie z zasadą kosztu historycznego z wyjątkiem niektórych aktywów i zobowiązań finansowych (w tym instrumentów pochodnych) wycenianych w wartości godziwej.

Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe zostało sporządzone przy założeniu kontynuowania działalności gospodarczej przez Grupę przez co najmniej 12 miesięcy od dnia zatwierdzenia niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego. Przyjmując to założenie o kontynuowaniu działalności, Kierownictwo uwzględniło wpływ kryzysu COVID-19 na działalność Grupy. Działalność była kontynuowana z minimalnymi zakłóceniami, ponieważ większość pracowników pozostaje w trybie pracy zdalnej od 12 marca 2020 r. Grupa odnotowywała zwiększoną sprzedaż na swojej platformie e-commerce w okresach, w których polskie władze wprowadzały ograniczenia dotyczące tradycyjnej sprzedaży w ramach lockdownów mających na celu ograniczenie rozprzestrzeniania się wirusa COVID-19. Ponadto popyt na usługi platformy handlowej Grupy utrzymywał się powyżej historycznego trendu w okresach, w których lockdowny te były znoszone.

Podsumowanie głównych zasad rachunkowości stosowanych przy sporządzaniu niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego przedstawiono w Nocie 3. Zasady rachunkowości były stosowane przez Grupę w sposób spójny we wszystkich prezentowanych okresach; w przeciwnym przypadku jest to wyraźnie zaznaczone.

W okresie objętym Skonsolidowanym Sprawozdaniem Finansowym Grupy Allegro.eu S.A. za okres zakończony 31 grudnia 2021 r. nie nastąpiły zmiany zasad rachunkowości.

### 3. Podsumowanie istotnych zasad rachunkowości

#### 3.1 Podstawa sporządzenia sprawozdania finansowego

##### WYCENA POZYCJI WYRAŻONYCH W WALUTACH OBCYCH

Transakcje wyrażone w walutach obcych przelicza się na walutę funkcjonalną według kursu NBP w dniu zawarcia transakcji lub w dniu wyceny (w przypadku pozycji podlegających aktualizacji wyceny). Dodatkowo i ujemne różnice kursowe wynikające z rozliczenia takich transakcji oraz z przeliczenia po kursie wymiany obowiązującym na dzień kończący okres sprawozdawczy ujmuje się w wyniku finansowym w kwocie netto.

Wycena na dzień bilansowy została dokonana wg kursu NBP obowiązującego na dzień kończący okres sprawozdawczy. Grupa nie przeprowadza wielu transakcji w walutach obcych, jednakże najczęściej wykorzystywane przez Grupę waluty zostały wymienione poniżej:

	01.01–31.12.2021	01.01–31.12.2020
EUR/PLN	4,5994	4,6148
USD/PLN	4,0600	3,7584
GBP/PLN	5,4846	5,1327
CHF/PLN	4,4484	4,2641
CZK/PLN	0,1850	0,1753

Średnie kursy wymiany przedstawia poniższa tabela:

	01.01–31.12.2021	01.01–31.12.2020
EUR/PLN	4,5775	4,4742
USD/PLN	3,8757	3,9045
GBP/PLN	5,3308	5,0240
CHF/PLN	4,2416	4,1772
CZK/PLN	0,1785	0,1687

##### 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 sprawozdania z sytuacji finansowej (tj. z uwzględnieniem danych porównawczych) przelicza się po kursie zamknięcia obowiązującym na dzień sporządzenia sprawozdania z sytuacji finansowej;
- przychody i koszty ujęte w każdym sprawozdaniu z zysków lub strat oraz innych całkowitych dochodów (tj. z uwzględnieniem danych porównawczych) przelicza się po kursach wymiany obowiązujących na dzień zawarcia transakcji; oraz
- wszystkie powstałe różnice kursowe ujmuje się w innych całkowitych dochodach.

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.

Od dnia 30 września 2021 r. jednostka Adinan Super Topco Employee Benefit Trust („EBT”), której walutą funkcjonalną był funt brytyjski („GBP”), została włączona do skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy (zob. Nota 28.4), w związku z czym jej sprawozdanie finansowe wymagało przeliczenia na przyjętą przez Grupę walutę prezentacji.

Na dzień 31 grudnia 2021 r., walutą funkcjonalną wszystkich podmiotów Grupy (z wyjątkiem EBT) 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 2021 r. Allegro.eu Société anonyme jest najwyższą usytuowaną w hierarchii spółką odpowiedzialną za przygotowanie skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

Z wyjątkiem noty objaśniającej dotyczącej akcji i kwot przypadających na jedną akcję oraz o ile nie wskazano inaczej, niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe zostało sporządzone w tysiącach PLN i wszystkie kwoty podane są w tysiącach PLN. Wszystkie istotne salda i transakcje pomiędzy podmiotami powiązanymi, w tym istotne niezrealizowane zyski wynikające z tych transakcji zostały wyeliminowane w całości.

Jednostki zależne podlegają konsolidacji metodą pełną od momentu przejścia nad nimi kontroli przez Grupę i przestają być objęte konsolidacją w momencie ustania kontroli Grupy nad nimi. 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 w wartości godziwej na dzień przejęcia.

Grupa ujmuje udziały niekontrolujące według wartości godziwej lub według proporcjonalnego udziału wartości godziwej możliwych do zidentyfikowania aktywów netto; metoda ujęcia wybierana jest indywidualnie dla każdego połączenia jednostek gospodarczych.

Nadwyżkę sumy zapłaty, wartości wszystkich udziałów niekontrolujących w jednostce przejmowanej oraz wartości godziwej posiadanych wcześniej udziałów w przejmowanej jednostce na dzień przejęcia nad wartością godziwą możliwych do zidentyfikowania przejętych aktywów netto ujmuje się jako wartość firmy. Jeżeli suma zapłaty ujętych udziałów niekontrolujących oraz udziałów uprzednio posiadanych jest niższa niż wartość godziwa aktywów netto jednostki zależnej nabytej w drodze okazijnego nabycia, to różnica wykazywana jest bezpośrednio w wyniku finansowym.

Koszty transakcyjne związane z przejęciem są ujmowane w wyniku finansowym w momencie poniesienia.

## 3.2 Zmiany zasad rachunkowości

### 3.2.1 NOWE I ZMIENIONE STANDARDY I INTERPRETACJE PRZYJĘTE PRZEZ GRUPĘ

W niniejszym Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym zastosowano następujące zmiany do standardów:

**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.

Zmiany te nie mają istotnego wpływu na niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe. Kredyty i pożyczki Grupy, pożyczki konsumenckie oraz kontrakty SWAP zamieniające zmienną stopę procentową na stałą oparte są na stopie referencyjnej WIBOR. Reforma IBOR nie ma wpływu na te aktywa finansowe i zobowiązania finansowe, ponieważ stopa WIBOR jest uważana za zgodną ze zmianami w standardach.

**Zmiany do MSSF 4** – wydane w dniu 25 czerwca 2020 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2021 roku. Zmiana przedłuża okres obowiązywania tymczasowego zwolnienia ze stosowania MSSF 9 „Instrumenty finansowe” do 1 stycznia 2023 r., kiedy to zacznie obowiązywać MSSF 17 „Umowy ubezpieczeniowe”.

Zmiany te nie mają istotnego wpływu na niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe.

**Zmiany do MSSF 16** – wydane w dniu 31 sierpnia 2021 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 kwietnia 2021 roku. Zmiana przewiduje roczne przedłużenie obowiązywania zmiany z maja 2020 r., która zwalnia leasingobiorców z obowiązku oceny, czy obniżka czynszu związana z COVID-19 stanowi modyfikację leasingu.

Zmiany te 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 17 „Umowy ubezpieczeniowe”** – wydane w dniu 18 maja 2017 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2021 roku lub później, niezatwierdzone jeszcze przez UE. MSSF 17 zastępuje standard MSSF 4, który dawał towarzystwom ubezpieczeniowym zwolnienie pozwalające na kontynuowanie księgowania umów ubezpieczeniowych zgodnie z dotychczasowymi praktykami.

Grupa oceniła, że zmiana ta nie ma wpływu na jej Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe.

**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 MSSF 3 „Połączenia przedsięwzięć”** – wydane w dniu 14 maja 2020 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2022 roku lub później; MSSF 3 został zmieniony w celu odniesienia się do Założeń koncepcyjnych w MSSF z 2018 r. w celu ustalenia, co stanowi składnik aktywów lub zobowiązań w ramach połączenia jednostek gospodarczych.

Grupa oceniła, że zmiana ta nie ma wpływu na jej Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe.

**Zmiana do MSR 16 „Rzeczowe aktywa trwałe”** – wydana w dniu 14 maja 2020 r. i obowiązująca dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2022 roku lub później zabrania jednostce odliczania od ceny nabycia lub kosztu wytworzenia pozycji rzeczowych aktywów trwałych wszelkich przychodów uzyskanych ze sprzedaży przedmiotów wytworzonych w czasie, gdy jednostka jest w trakcie przystosowywania składnika aktywów do jego zamierzonego użytkowania.

Grupa oceniła, że zmiana ta nie ma wpływu na jej Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe.

**Zmiany do MSR 37 „Rezerwy, zobowiązania warunkowe i aktywa warunkowe”** – wydane w dniu 14 maja 2020 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2022 roku lub później doprecyzowują definicję „kosztów wykonania umowy”. Zmiana wyjaśnia, że bezpośredni koszt wykonania umowy obejmuje zarówno koszty dodatkowe wykonania tej umowy, jak i alokację innych kosztów, które są bezpośrednio związane z wykonaniem umowy.

Grupa oceniła, że zmiana ta nie ma wpływu na jej Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe.

**Zmiany do MSR 1 „Prezentacja sprawozdań finansowych” i Zasad Praktyki MSSF 2: Ujawnianie zasad rachunkowości** – wydane w dniu 12 lutego 2021 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2023 roku lub później. MSR 1 został zmieniony w celu wprowadzenia wymogu, aby spółki ujawniały informacje o istotnych zasadach rachunkowości zamiast o znaczących zasadach rachunkowości.

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 MSR 8 „Zasady rachunkowości – zmiany wartości szacunkowych i korygowanie błędów”, Definicja wartości szacunkowych** – wydane 12 lutego 2021 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2023 roku lub później. Zmiana do MSR 8 doprecyzowała, w jaki sposób spółki powinny rozróżniać zmiany zasad rachunkowości od zmian wartości szacunkowych.

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 MSR 12 „Podatek dochodowy” Podatek odroczony dotyczący aktywów i zobowiązań wynikających z pojedynczej transakcji** – wydane 7 maja 2021 r. i obowiązujące dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2023 roku lub później. Zmiany do MSR 12 określają, w jaki sposób należy ujmować podatek odroczony od transakcji takich jak leasing i zobowiązania z tytułu wycofania z eksploatacji.

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”** – 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.

**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 żadnego wpływu na Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe Grupy, ponieważ nie jest istotny dla działalności 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.

## 4. Skład Rady Dyrektorów

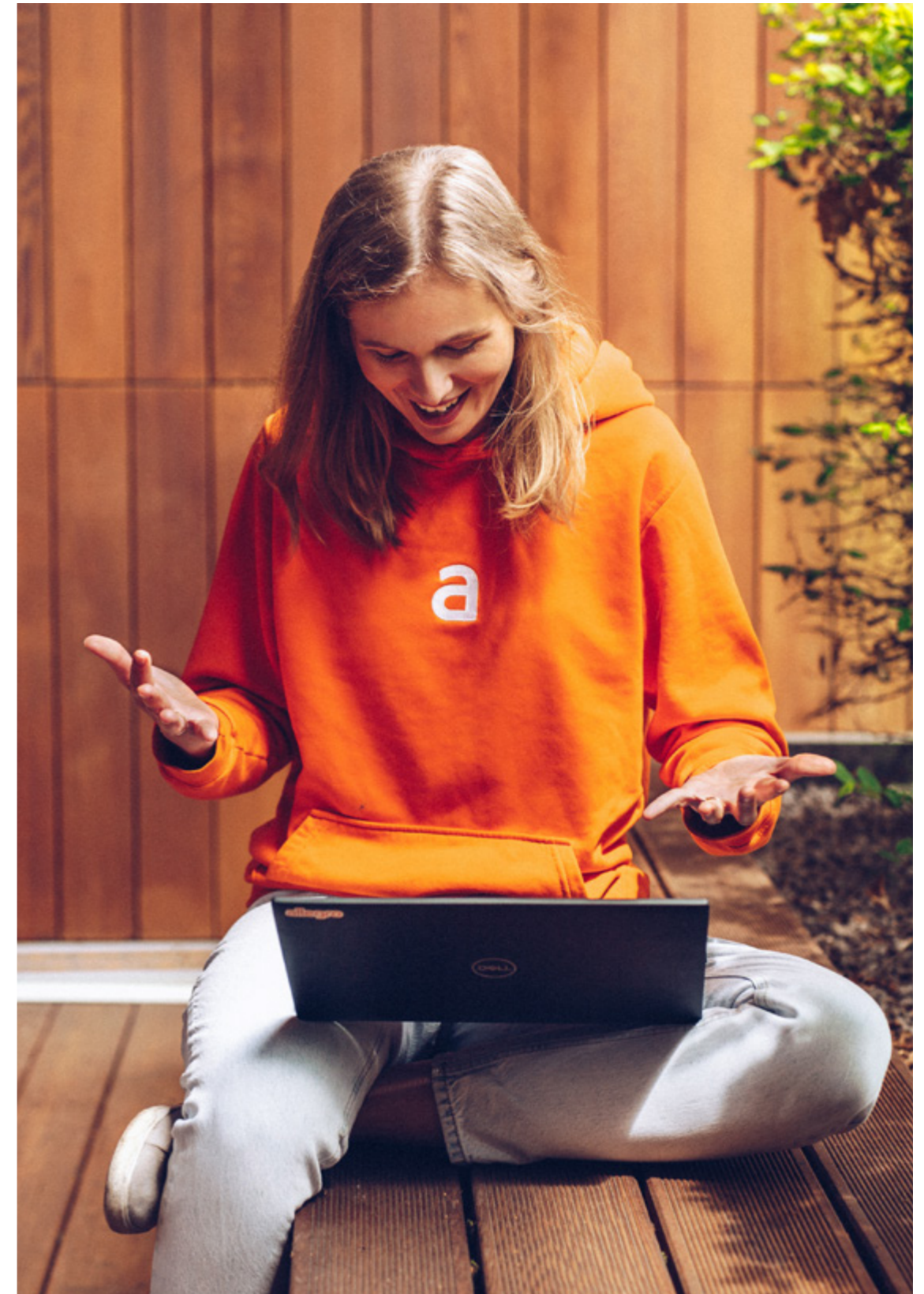
W dniu 1 września 2020 r. walne zgromadzenie akcjonariuszy Jednostki Dominującej powołało do Rady Dyrektorów w charakterze członków, ze skutkiem natychmiastowym następujące osoby: François Nuyts, Jonathan Eastick, David Barker, Paweł Padusiński, Richard Sanders, Carla Smits-Nusteling oraz Nancy Cruickshank.

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. Darren Huston był członkiem Rady Dyrektorów przez cały rok 2020.

Na dzień 31 grudnia 2020 r., w trakcie 2021 r. oraz na dzień 31 grudnia 2021 r. skład Rady Dyrektorów był następujący:

- Darren Huston (Przewodniczący Rady Dyrektorów)
- Francois Nuyts (Dyrektor Generalny Grupy)
- Jonathan Eastick (Dyrektor Finansowy Grupy)
- David Barker
- Nancy Cruickshank
- Paweł Padusiński
- Richard Sanders
- Carla Smits-Nusteling

Skład Rady Dyrektorów nie zmienił się do dnia sporządzenia niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego.



## 5. Połączenie jednostek gospodarczych

W roku zakończonym 31 grudnia 2021 r. oraz w okresie porównawczym zakończonym 31 grudnia 2020 r. Grupa zrealizowała następujące połączenia jednostek gospodarczych:

### **NABYCIE SPÓŁEK X-PRESS COURIERS SP. Z O.O. („XPC”) ORAZ SKYNET CUSTOMS BROKERS SP. Z O.O. („SCB”)**

W dniu 8 października 2021 roku spółka Allegro.pl sp. z o.o. nabyła 100% udziałów w spółce X-press Couriers sp. z o.o. oraz 100% udziałów w spółce SkyNet Customs Brokers Sp. z o.o. za kwotę, odpowiednio, 26 865 PLN i 1 925 PLN.

Płatność za spółkę XPC została podzielona na dwie transze: kwota 25 865 PLN została rozliczona w dniu zawarcia transakcji, a pozostała kwota 1 000 PLN ma zostać zapłacona w październiku 2022 r. Płatność za spółkę SCB została w pełni rozliczona w dniu zawarcia transakcji. Obie transakcje zostały sfinansowane ze środków własnych Grupy.

X-press Couriers jest wiodącą firmą kurierską realizującą dostawy tego samego dnia w obrębie miasta i dostawy następnego dnia pomiędzy miastami. XPC koncentruje się na szybko rozwijających się segmentach dostaw tego samego dnia oraz segmentach międzynarodowych, obejmujących dostawy przesyłek w ramach e-commerce. SCB jest agencją celną, która świadczy usługi na rzecz XPC i innych klientów.

W związku z przejęciem XPC Grupa ujęła wartość firmy w kwocie 29 253 PLN oraz wartości niematerialne i prawne w kwocie 530 PLN. Nadwyżka ceny zapłaconej ponad wartość godziwą możliwych do zidentyfikowania aktywów netto SCB w wysokości 1 067 PLN została w całości przypisana do wartości firmy.

Wartość firmy z obu transakcji przejęcia wynika z efektów skali oczekiwanych w wyniku połączenia działalności Grupy z działalnością przejmowanych podmiotów.

Podstawowym założeniem transakcji było przejęcie istniejącej sieci kurierów w celu uzupełnienia dalszego rozwoju działalności logistycznej Grupy, w tym inicjatywy Fulfillment Center i rozbudowy sieci Automatów Paczkowych. Zgodnie z MSSF 3 zgromadzona siła robocza nie spełnia kryteriów identyfikowalności, dlatego też jej wartość jest odzwierciedlona w wartości firmy.

Przychody spółek XPC i SCB ujmowane od dnia przejęcia w skonsolidowanym sprawozdaniu z całkowitych dochodów za rok obrotowy 2021 wyniosły 8 856 PLN, a ich strata netto 388 PLN. Jeżeli nabycie spółek XPC i SCB ujmowane byłoby od początku roku obrotowego, to przychody Grupy za rok obrotowy 2021 wyniosłyby 5 372 431 PLN a jej zysk netto 1 085 135 PLN.

Koszty związane z transakcją zakupu w wysokości 819 PLN zostały ujęte w skonsolidowanym rachunku zysków i strat i innych całkowitych dochodów w pozycji Koszty transakcyjne.

### **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 PLN za 100% udziałów w spółce, a płatność gotówkowa została podzielona na dwie transze – 2 000 PLN zostało zapłacone w 2019 r., a pozostała część 5 000 PLN w styczniu 2020 r. Razem z tym podmiotem Grupa nabyła następujące aktywa: saldo środków pieniężnych w wysokości 798 PLN, wartości niematerialne i prawne w wysokości 6 481 PLN, należności handlowe oraz pozostałe w wysokości 804 PLN, rzeczowe aktywa trwałe w wysokości 23 PLN, aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego w wysokości 31 PLN, zobowiązania handlowe w kwocie 740 PLN oraz zobowiązania wobec pracowników w wysokości 397 PLN. Spółka była start-upem z sektora pośrednictwa finansowego, który zakończył działalność we wrześniu 2019 roku. Wraz z FinAi, 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.

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 połączenie jednostek gospodarczych, 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 w 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 zostało ujęte wg kosztu nabycia, który jest przypisywany do grupy aktywów na podstawie relatywnej wartości godziwej.

W dniu 27 maja 2020 roku Adinan Midco, podmiot z Grupy, nabył od spółki zależnej Allegro.pl 100% akcji spółki FinAi S.A.

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 POZOSTAŁYCH 20% UDZIAŁÓW W SPÓŁCE EBILET POLSKA SP. Z O.O.**

W dniu 25 września 2020 r. Allegro.pl nabyło 33 880 udziałów w eBilet stanowiących pozostałe 20% udziałów za kwotę 40 000 PLN i na dzień 31 grudnia 2021 r. Allegro.pl posiada 100% udziałów w eBilet. Transakcja została sfinansowana ze środków własnych Grupy i na 31 grudnia 2021 r. nie występowały nieuregulowane salda z tego tytułu.

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.

Koszty związane z transakcją zakupu w wysokości 430 PLN zostały ujęte w skonsolidowanym sprawozdaniu z całkowitych dochodów za okres zakończony 31 grudnia 2020 r. w pozycji Kosztów transakcyjnych.

### **NABYCIE OPENNET SP. Z O.O.**

W dniu 27 października 2020 r. Allegro Logistyka Sp. z o.o. („Allegro Logistyka”) nabyła 100% udziałów w spółce OpenNet Sp. z o.o. za cenę 12 286 PLN zapłaconą w gotówce. Płatność została podzielona na dwie transze: kwota 8 393 PLN została rozliczona w dniu zawarcia transakcji, a pozostała kwota 3 894 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 „ostatniej mili” 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 nabycia.

Zgodnie z rozliczeniem ceny zakupu zapłaconej przez Grupę, wartość firmy ujęta z tytułu nabycia w kwocie 7 907 PLN dotyczy głównie synergii wynikającej ze współpracy z Grupą. Oczekuje się, że synergie wystąpią głównie w Allegro.pl.

Przychody spółki Opennet ujmowane od dnia przejęcia w skonsolidowanym sprawozdaniu z całkowitych dochodów za rok obrotowy 2020 wyniosły 610 PLN, a jej strata netto 266 PLN. Jeżeli nabycie OpenNet ujmowane byłoby od początku roku obrotowego, to przychody Grupy za rok obrotowy 2020 wyniosłyby 4 001 257 PLN a jej zysk netto 419 713 PLN.

Koszty związane z transakcją zakupu w wysokości 123 PLN zostały ujęte w skonsolidowanym rachunku zysków i strat i innych całkowitych dochodów za okres zakończony 31 grudnia 2020 r. w pozycji Koszty transakcyjne.

1 lipca 2021 roku spółka Allegro Logistyka połączyła się ze spółką OpenNet i zmieniła nazwę na Opennet.pl. Połączenie to nie ma wpływu na skonsolidowane sprawozdanie finansowe Allegro.eu.

Poniżej zaprezentowano skutki rozliczenia transakcji nabycia:

<b>Na dzień nabycia</b>	<b>X-press Couriers 08.10.2021</b>	<b>SkyNet Customs Brokers 08.10.2021</b>	<b>OpenNet 27.10.2020</b>
Zapłacona cena nabycia – środki pieniężne	25 865	1 925	8 393
Odroczona płatność ceny nabycia	1 000	—	3 894
Wartość godziwa aktywów netto	2 388	(858)	(4 380)
<b>Wartość firmy</b>	<b>29 253</b>	<b>1 067</b>	<b>7 907</b>

<b>Nabyte aktywa netto</b>	<b>X-press Couriers 08.10.2021</b>	<b>SkyNet Customs Brokers 08.10.2021</b>	<b>OpenNet 27.10.2020</b>
Znaki towarowe	—	—	157
Relacje z klientami	—	—	2 015
Oprogramowanie	530	—	1 517
Pozostałe wartości niematerialne i prawne	—	67	—
Rzeczowe aktywa trwałe	326	—	—
Aktywa z tytułu prawa do użytkowania	664	—	—
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	293	—	—
Zapasy	23	—	—
Należności handlowe oraz pozostałe należności	3 672	1 231	650
Przejęte środki pieniężne	292	4 948	991
Kredyty i pożyczki	(1 773)	—	—
Zobowiązania z tytułu leasingu	(664)	—	—
Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania	(5 619)	(5 376)	(263)
Zobowiązania wobec pracowników	(89)	(12)	—
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	(43)	—	(687)
<b>Aktywa netto</b>	<b>(2 388)</b>	<b>858</b>	<b>4 380</b>

	<b>X-press Couriers 08.10.2021</b>	<b>SkyNet Customs Brokers 08.10.2021</b>	<b>OpenNet 27.10.2020</b>
Zapłacona cena nabycia	25 865	1 925	8 393
Przejęte środki pieniężne i ich ekwiwalenty	(292)	(4 948)	(991)
<b>Przepływ środków pieniężnych w transakcji nabycia</b>	<b>25 573</b>	<b>(3 023)</b>	<b>7 402</b>

Wartość firmy jest corocznie testowana pod kątem możliwej utraty wartości, lub części jej, 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).



## 6. Struktura grupy

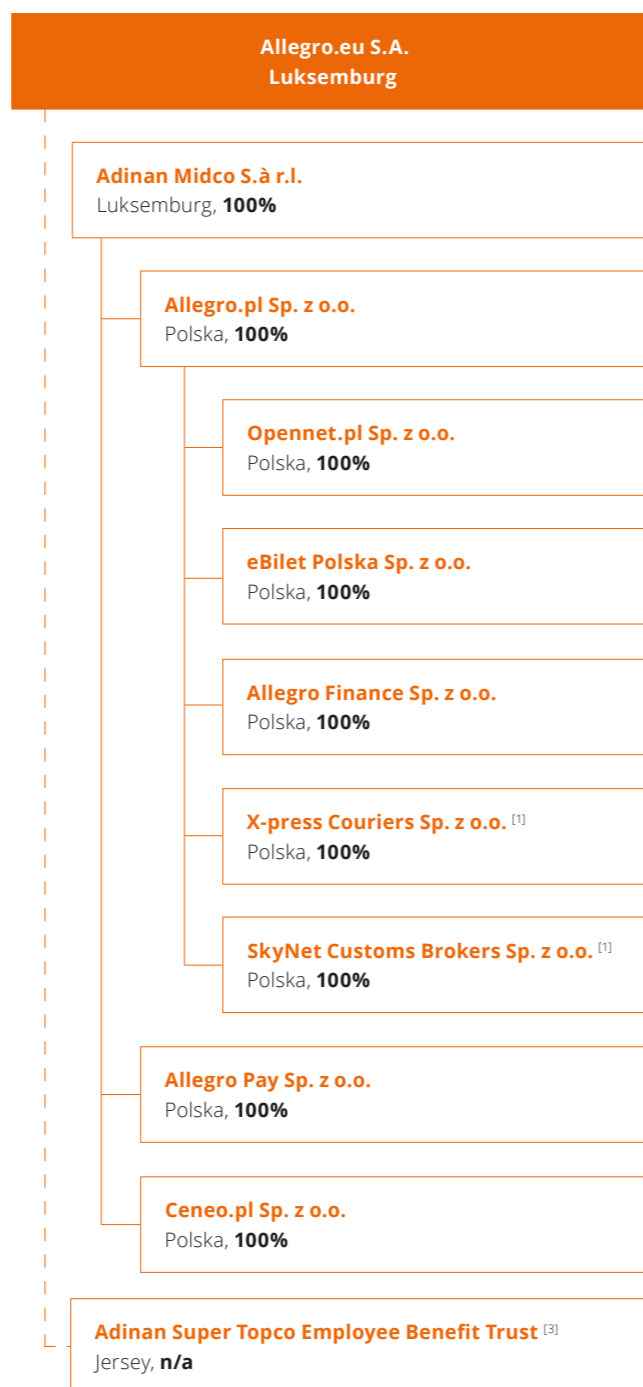
Na dzień 31 grudnia 2021 roku w skład Grupy Allegro.eu wchodziła spółka Allegro.eu S.A. oraz pośrednia spółka holdingowa Adinan Midco z siedzibą w Luksemburgu, jednostka Employee Benefit Trust z siedzibą w Jersey, a także spółki prowadzące działalność operacyjną na terenie Polski – Allegro.pl, Allegro Pay, Allegro Finance, Ceneo.pl, eBilet Polska, Opennet.pl, X-press Couriers oraz SkyNet Customs Brokers. 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.

W dniu 1 lipca 2021 roku nastąpiło zakończenie połączenia spółek Allegro Logistyka i Opennet. Ponadto w dniu 29 grudnia 2021 roku spółka Trade Analytics Instytut Badań Ecommerce została zlikwidowana. Nie miało to żadnego wpływu na Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe Grupy.

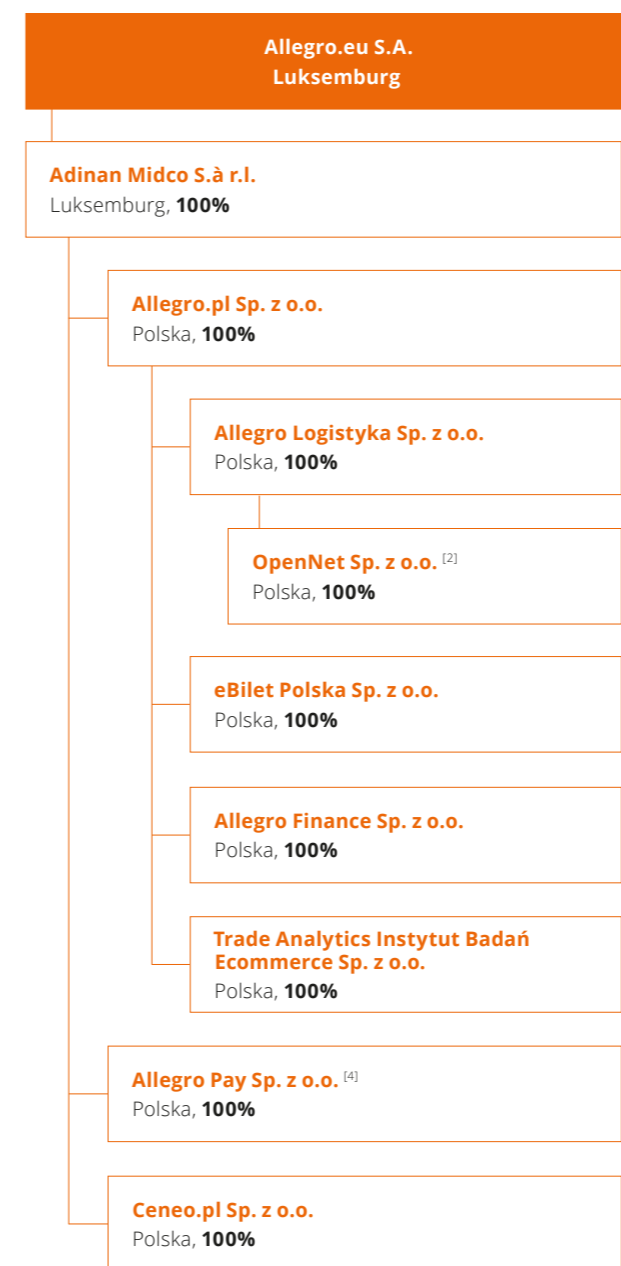
Z dniem 30 września 2021 roku do Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego Grupy włączono jednostkę Employee Benefit Trust (więcej informacji przedstawiono w Nocie 28.4).

Kluczowe informacje dotyczące członków Grupy, akcji i udziałów należących do Grupy na dzień 31 grudnia 2021 r. oraz 31 grudnia 2020 r. oraz w okresach ich konsolidacji przedstawiono poniżej.

01.01.2021–31.12.2021



01.01.2020 – 31.12.2020



Prawo głosu jest takie samo jak w przypadku udziałów posiadanych w każdym podmiocie z wyjątkiem Adinan Super Topco Employee Benefit Trust (więcej informacji przedstawiono w Nocie 28.4)

## 7. Zatwierdzenie Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego

Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe za rok zakończony 31 grudnia 2021 r. zostało zatwierdzone przez Radę Dyrektorów do publikacji w dniu 23 lutego 2022 roku.

[1] Okres objęty konsolidacją 08.10.2021–31.12.2021

[2] Okres objęty konsolidacją 27.10.2020–31.12.2020

[3] Okres objęty konsolidacją 01.09.2021–31.12.2021

[4] Okres objęty konsolidacją 27.01.2020–31.12.2020

# Noty do Skonsolidowanego Sprawozdania z całkowitych dochodów

## 8. Informacje dotyczące segmentów działalności

### 8.1 Opis segmentów i działalności podstawowej

Grupa Allegro.eu wdrożyła wewnętrzny system sprawozdawczości zarządczej. Na potrzeby zarządzania Grupa została zorganizowana wokół jednostek gospodarczych ze względu na ich działalność i posiada następujące dwa operacyjne segmenty sprawozdawcze:

- Działalność Allegro.pl – segment funkcjonujący jako platforma e-commerce B2C, C2C i B2B, obejmujący Allegro.pl (internetowa platforma handlowa) Allegro Pay, Allegro Finance (usługi finansowe), Opennet.pl oraz, od października 2021 r., X-press Couriers i SkyNet Customs Brokers (rozwiązania z zakresu realizacji dostaw i logistyki),
- 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, a także koszty spółek holdingowych.

W trzecim kwartale 2021 roku nastąpiło połączenie spółki Opennet sp. z o.o. ze spółką Allegro Logistyka sp. z o.o., a Grupa dokonała zmiany prezentacji wyników spółki Opennet, przenosząc je z segmentu operacyjnego Inne do segmentu operacyjnego Allegro, aby odzwierciedlić sposób raportowania informacji dla głównych organów podejmujących decyzje operacyjne.

Zmiana segmentu operacyjnego odzwierciedla rosnącą rolę spółki Opennet.pl sp. z o.o. w tworzeniu oprogramowania logistycznego dla Grupy, przy jednoczesnym utrzymaniu części usług świadczonych na rzecz klientów zewnętrznych.

Spółki X-press Couriers i SkyNet Customs Brokers zostały przejęte w październiku 2021 roku i obie są alokowane do segmentu Allegro, gdyż większość efektów synergii ma wystąpić w Allegro.pl.

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 pośrednią spółkę holdingową, 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.

01.01–31.12.2021	RAZEM	Allegro	Ceneo	Inne	Wyłączenia
Przychody zewnętrzne	5 352 870	5 096 970	236 385	19 515	—
Przychody międzysegmentowe	—	65 428	68 978	306	(134 712)
<b>Przychody</b>	<b>5 352 870</b>	<b>5 162 398</b>	<b>305 363</b>	<b>19 821</b>	<b>(134 712)</b>
Koszty operacyjne	(3 359 130)	(3 278 472)	(176 224)	(39 146)	134 712
<b>EBITDA</b>	<b>1 993 740</b>	<b>1 883 926</b>	<b>129 139</b>	<b>(19 325)</b>	<b>—</b>
Amortyzacja	(520 795)				
Wynik z działalności finansowej	(114 824)				
<b>Zysk przed opodatkowaniem</b>	<b>1 358 121</b>				
Obciążenia z tytułu podatków	(268 503)				
<b>Zysk netto</b>	<b>1 089 618</b>				

01.01–31.12.2020	RAZEM	Allegro	Ceneo	Inne	Wyłączenia
Przychody zewnętrzne	3 997 811	3 756 433	235 422	5 956	—
Przychody międzysegmentowe	—	12 671	45 106	168	(57 945)
<b>Przychody</b>	<b>3 997 811</b>	<b>3 769 104</b>	<b>280 528</b>	<b>6 124</b>	<b>(57 945)</b>
Koszty operacyjne	(2 410 979)	(2 238 778)	(145 977)	(84 169)	57 945
<b>EBITDA</b>	<b>1 586 832</b>	<b>1 530 326</b>	<b>134 551</b>	<b>(78 045)</b>	<b>—</b>
Amortyzacja	(463 789)				
Wynik z działalności finansowej	(506 336)				
<b>Zysk przed opodatkowaniem</b>	<b>616 707</b>				
Obciążenia z tytułu podatków	(198 147)				
<b>Zysk netto</b>	<b>418 560</b>				

Rada Dyrektorów Jednostki Dominującej nie analizuje segmentów operacyjnych pod względem aktywów i zobowiązań, które są analizowane i weryfikowane w ujęciu skonsolidowanym. Segmenty operacyjne Grupy prezentowane są w sposób zgodny ze sprawozdawczością wewnętrzną przekazywaną do Rady Dyrektorów Jednostki Dominującej, która jest głównym organem podejmującym decyzje strategiczne. Decyzje operacyjne podejmowane są na poziomie spółek operacyjnych.

## 8.2. Skorygowana EBITDA (wskaźnik niezdefiniowany w standardach rachunkowości)

EBITDA, która jest miarą zysku segmentów operacyjnych, definiowana jest jako zysk netto powiększony o obciążenie z tytułu podatku dochodowego, wynik na działalności finansowej (tj. przychody i koszty finansowe) oraz amortyzację.

Kierownictwo Grupy ma przekonanie, że Skorygowana EBITDA jest najbardziej odpowiednim wskaźnikiem zysku Grupy. W ramach Skorygowanej EBITDA wyłączone zostaje 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, ponieważ są to głównie koszty jednorazowe, które nie są bezpośrednio związane z podstawową działalnością Grupy.

W ramach Skorygowanej EBITDA wyłączone zostają również koszty związane z programami motywacyjnymi (Allegro Incentive Plan i Program Inwestycyjny dla Kierownictwa). Skonsolidowana skorygowana EBITDA jest analizowana i weryfikowana wyłącznie na poziomie Grupy.

EBITDA oraz skorygowana EBITDA nie są miernikami zdefiniowanymi w MSSF i nie należy traktować ich jako alternatywę dla mierników MSSF, jako miar zysku/(straty) za okres, 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 wskaźnikami jednolitymi i wystandaryzowanymi, w związku z czym obliczenie EBITDA oraz skorygowana EBITDA może znacząco się różnić w różnych spółkach.

	01.01–31.12.2021	01.01–31.12.2020
<b>EBITDA</b>	<b>1 993 740</b>	<b>1 586 832</b>
Koszty doradztwa <sup>[1]</sup>	—	1 794
Koszty postępowań regulacyjnych <sup>[2]</sup>	4 568	4 890
Koszty restrukturyzacji i rozwoju Grupy <sup>[3]</sup>	45	7 172
Darowizny na rzecz różnych organizacji pożytku publicznego <sup>[4]</sup>	2 315	6 892
Premia dla pracowników i środki na wyposażenie ochronne przeciwko COVID-19 <sup>[5]</sup>	1 302	3 276
Program motywacyjny Allegro Incentive Plan <sup>[6]</sup>	16 706	25 428
Program Inwestycyjny dla kierownictwa <sup>[7]</sup>	—	52 191
Koszty transakcyjne <sup>[8]</sup>	49 806	61 569
<b>Skorygowana EBITDA</b>	<b>2 068 482</b>	<b>1 750 044</b>

- [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. Usługi te przestały być świadczone, a związane z nimi koszty przestały być ponoszone wraz z zakończeniem procesu IPO Spółki.
- [2] Koszty prawne dotyczące głównie postępowania regulacyjnego, opłat prawnych oraz kosztów rozliczeń. Postępowania regulacyjne opisane są w Nocie 33.2.
- [3] Koszty usług ekonomistów specjalizujących się w kwestiach regulacyjnych oraz koszty badania prawnego, finansowego i prawnego, a także koszty transakcyjne dotyczące potencjalnych przejęć spółek i związane z nimi koszty prawne.
- [4] Darowizny dokonane przez Grupę celem wsparcia służby zdrowia, organizacji charytatywnych i pozarządowych w czasie pandemii COVID-19.
- [5] Koszty poniesione przez Grupę na zakup wyposażenia ochronnego przeciwko COVID-19 dla pracowników oraz wypłatę premii dla pracowników na zakup sprzętu wymaganego do pracy zdalnej w czasie pandemii COVID-19.
- [6] Koszty długoterminowego programu motywacyjnego, w ramach którego Dyrektorem Wykonawczym, Kluczowym Menedżerem i innym pracownikom przyznawane są nagrody w postaci Ekwiwalentów akcji za wyniki („PSU”) i Ekwiwalentów akcji o ograniczonej zbywalności („RSU”). Koszty naliczone w roku zakończonym 31 grudnia 2021 r. stanowią naliczone koszty wynagrodzeń w formie akcji w związku z Programami PSU i RSU. Za rok 2020 koszty te stanowiły jednorazowy przydział akcji na rzecz pracowników, przeprowadzony podczas IPO Grupy („Nagrody w postaci bezpłatnych akcji”).
- [7] Koszt wynagrodzenia w formie akcji dotyczył Programu Inwestycyjnego dla kierownictwa („MIP”), w których uczestniczyło kierownictwo pośrednio poprzez inwestycje w akcje Adiman SCSp i bezpośrednio poprzez akcje serii C i D wyemitowane przez Allegro.eu. Program MIP zakończył się z chwilą pełnego rozliczenia IPO Spółki. Więcej informacji przedstawiono w Nocie 39.
- [8] Koszty usług doradczych, koszty prawnego, finansowego i podatkowego badania due diligence oraz inne koszty transakcyjne poniesione przed przejęciem w 2021 roku w związku z transakcją nabycia spółek Mall Group a.s. i WE|DO CZ s.r.o. Umowa SPA została podpisana i oczekuje na finalizację po uzyskaniu zgód organów regulacyjnych (więcej informacji przedstawiono w Nocie 35.1). Koszty zakończonych przejęć spółek X-press Couriers sp. z o.o. i Skynet Customs Brokers sp. z o.o. Koszty ujęte w okresie porównawczym związane są z zakończonym w 2020 roku procesem IPO (61 139 PLN) oraz sfinalizowanym nabyciem 20% udziałów mniejszościowych w eBilet (430 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 2021 i 2020 r.).

#### PRZYCHODY PLATFORMY HANDLOWEJ

Grupa pobiera dwa podstawowe rodzaje opłat: prowizje od sprzedaży oraz opłaty za wystawienie ofert. Opłata za wystawienie oferty należna jest z góry i nie podlega zwrotowi. Prowizja od sprzedaży pobierana jest w momencie sprzedaży oferowanego towaru.

W umowie ze sprzedającym występuje tylko jedno zobowiązanie do wykonania świadczenia, którym jest usługa sprzedaży. Wydaje się, że nie występuje żadna korzyść reklamowa dla sprzedającego, którą można by odseparować od usługi sprzedaży. Jest tak, ponieważ nie istnieją przesłanki, z których wynikałoby, że sprzedający może odnosić korzyści reklamowe – ani samodzielnie, ani przy użyciu innych dostępnych zasobów – ponieważ ograniczony i monitorowany kontakt pomiędzy sprzedającym a kupującym uniemożliwia jakiegokolwiek wzajemne interakcje poza serwisem Grupy, co odróżnia relację tego rodzaju od typowej umowy reklamowej.

#### PROWIZJE OD SPRZEDAŻY

Na podstawie własnej oceny Kierownictwo uważa, że umowa pomiędzy Grupą a sprzedającym powinna być postrzegana jako umowa, w której Grupa zobowiązuje się pozyskać kupujących na towary sprzedającego (tzn. świadczenie Grupy polega wyłącznie na znalezieniu kupującego). W efekcie Grupa uzyskuje przychody od sprzedających i ujmuje prowizje od sprzedaży, gdy wystawione na platformie towary zostaną sprzedane. Przychody transakcyjne na koniec każdego okresu sprawozdawczego pomniejszane są o rezerwę na zwrot prowizji dla sprzedających oraz o rabaty i zachęty. Przyjęte zasady pozwalają sprzedającym na składanie wniosków o zwrot prowizji od transakcji, z których klienci zrezygnowali, w okresie 45 dni od zawarcia danej transakcji.

Przychody z platformy handlowej fakturowane są co miesiąc, z 14-dniowym terminem płatności.

#### OPLATY ZA WYSTAWIENIE OFERTY

Na podstawie własnej oceny Kierownictwo uważa, że umowa pomiędzy Grupą a sprzedającym powinna być postrzegana jako umowa, na mocy której Grupa zobowiązuje się udostępnić towary sprzedającego do zakupu (tzn. świadczenie Grupy obejmuje zarówno wystawienie oferty towarów, jak i znalezienie kupującego). W efekcie Grupa uzyskuje przychody od sprzedających na platformie i ujmuje opłaty za wystawienie oferty liniowo przez cały okres wystawienia towaru.

#### PRZYCHODY Z PORÓWNYWARKI CENOWEJ

Przychody ujmowane są w momencie kliknięcia przez kupującego oferty sprzedającego publikowanej wraz z konkurencyjnymi ofertami tego samego produktu. Kupujący przekierowywany jest na stronę internetową sprzedającego, który płaci opłatę za kliknięcie za tę transakcję.

Przychody fakturowane są co miesiąc z dołu, najczęściej z 14-dniowym terminem płatności.

#### USŁUGI REKLAMOWE

Przychody ze świadczonych usług reklamowych ujmowane są w okresie sprawozdawczym, w którym usługa jest świadczona. Przychody z usług reklamowych są ujmowane z uwzględnieniem wszelkich rabatów, w tym rabatów uzależnionych od obrotu.

Przychody z usług reklamowych fakturowane są co miesiąc z dołu, z 14-dniowym terminem płatności.

#### SPRZEDAŻ TOWARÓW

Przychody z tytułu sprzedaży towarów 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 na platformie handlowej, aż do momentu dostarczenia towarów klientowi, cena transakcyjna uzyskana przez Grupę ujmowana 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 zachęcające klientów 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. Skutkiem tych działań jest ujęcie przychodów przyszłych okresów.



## SMART!

Allegro częściowo pokrywa wydatki, które mogą być postrzegane przez kupujących jako bariera do zawierania transakcji e-commerce (e-handlu), takie jak koszt dostawy. W 2018 roku wprowadzony został program lojalnościowy Smart!, którego celem jest ograniczenie wpływu bariery związanej z kosztami dostawy. W zamian za miesięczną lub roczną opłatę, użytkownik otrzymuje nieograniczoną liczbę darmowych dostaw w okresie abonamentu, pod warunkiem osiągnięcia minimalnej wartości zamówienia. Wpływy z abonamentu ujmowane są jako przychody przyszłych okresów i stopniowo przenoszone do całkowitych dochodów jako przychody, poprzez cały okres obowiązywania umowy abonamentowej, ponieważ liczba darmowych dostaw w programie Smart! jest nieograniczona. 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 abonamentowych 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

	01.01–31.12.2021	01.01–31.12.2020
Przychody platformy handlowej	4 319 180	3 230 983
Usługi reklamowe	477 113	337 834
Przychody z porównywarki cenowej	180 622	189 964
Sprzedaż towarów	333 821	216 626
Pozostałe przychody	42 134	22 404
<b>Przychody</b>	<b>5 352 870</b>	<b>3 997 811</b>

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:

01.01–31.12.2021	Allegro	Ceneo	Inne	Wyłączenia	Razem
Przychody platformy handlowej	4 303 901	—	15 334	(55)	4 319 180
Usługi reklamowe	421 898	60 247	—	(5 032)	477 113
Przychody z porównywarki cenowej	—	241 814	—	(61 192)	180 622
Sprzedaż towarów	333 821	—	—	—	333 821
Pozostałe przychody	102 778	3 302	4 487	(68 433)	42 134
<b>Przychody</b>	<b>5 162 398</b>	<b>305 363</b>	<b>19 821</b>	<b>(134 712)</b>	<b>5 352 870</b>

01.01–31.12.2020	Allegro	Ceneo	Inne	Wyłączenia	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
<b>Przychody</b>	<b>3 769 105</b>	<b>280 528</b>	<b>6 123</b>	<b>(57 945)</b>	<b>3 997 811</b>

Przychody uzyskiwane przez Grupę z transakcji na towarach i usługach w następujących głównych segmentach operacyjnych ujmowane są w określonym momencie lub rozliczane w czasie.

01.01–31.12.2021	Allegro	Ceneo	Inne	Wyłączenia	Razem
<b>Moment ujęcia przychodów:</b>					
W określonym momencie (w tym prowizja od sprzedaży)	4 249 080	242 551	19 821	(127 142)	4 384 310
Rozliczane w czasie	913 318	62 812	—	(7 570)	968 560
<b>Przychody</b>	<b>5 162 398</b>	<b>305 363</b>	<b>19 821</b>	<b>(134 712)</b>	<b>5 352 870</b>

01.01–31.12.2020	Allegro	Ceneo	Inne	Wyłączenia	Razem
<b>Moment ujęcia przychodów:</b>					
W określonym momencie (w tym prowizja od sprzedaży)	3 058 431	228 728	6 123	(51 976)	3 241 306
Rozliczane w czasie	710 674	51 800	—	(5 969)	756 505
<b>Przychody</b>	<b>3 769 105</b>	<b>280 528</b>	<b>6 123</b>	<b>(57 945)</b>	<b>3 997 811</b>

W bieżącym roku obrotowym, Grupa zidentyfikowała określoną wartość prowizji od sprzedaży, powstałą w związku z działalnością w zakresie wystawiania i promocji ofert, która była nieprawidłowo zaklasyfikowana w systemie księgowym i zaprezentowana w powyższej notcie 9.2 jako przychody "rozliczane w czasie", a nie "w określonym momencie".

W efekcie, Grupa dostosowała ujawnienie zawarte w notcie 9.2 za okres porównawczy i przeniosła 589 322 PLN z przychodów rozpoznawanych w czasie do przychodów rozpoznawanych w określonym momencie.

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 ujęła następujące zobowiązania umowne związane z przychodami:

	Przychody przyszłych okresów – Allegro Smart! <sup>[1]</sup>	Przychody przyszłych okresów – wystawianie i promocja ofert <sup>[2]</sup>	Pozostałe przychody przyszłych okresów
<b>Stan na 01.01.2021</b>	<b>56 976</b>	<b>7 976</b>	<b>—</b>
Zwiększenie/(zmniejszenie)	35 138	860	—
<b>Stan na 31.12.2021</b>	<b>92 114</b>	<b>8 836</b>	<b>—</b>

	Przychody przyszłych okresów – Allegro Smart! <sup>[1]</sup>	Przychody przyszłych okresów – wystawianie i promocja ofert <sup>[2]</sup>	Pozostałe przychody przyszłych okresów
<b>Stan na 01.01.2020</b>	<b>28 579</b>	<b>8 538</b>	<b>2 146</b>
Zwiększenie/(zmniejszenie)	28 397	(562)	(2 146)
<b>Stan na 31.12.2020</b>	<b>56 976</b>	<b>7 976</b>	<b>—</b>

[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.

Zobowiązania z tytułu umów z klientami prezentowane są w zobowiązaniach handlowych oraz pozostałych zobowiązaniach.

[2] **Wystawianie i promocja ofert** – sprzedający mogą wystawiać oferty swoich towarów na platformie w formie ogłoszenia. Opłaty z tego tytułu ujmowane są jako przychody okresu, w którym wystawiana jest oferta.

W roku 2021 i 2020 nie wystąpiły aktywa z tytułu umów z klientami.

#### **ISTOTNE ZMIANY STANU AKTYWÓW I ZOBOWIĄZAŃ Z TYTUŁU UMÓW Z KLIENTAMI**

W bieżącym okresie nie wystąpiły istotne zmiany stanu zobowiązań z tytułu umów z klientami wynikających z transakcji innych niż ujęcie opłat abonamentowych od kupujących oraz ujęcia przychodów w momencie wykonania usług.

#### **PRZYCHODY UJĘTE W ZWIĄZKU Z ZOBOWIĄZANAMI Z TYTUŁU UMÓW Z KLIENTAMI**

W okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2021 r. ujęte zostały przychody w wysokości 56 976 PLN z tytułu zobowiązań umownych programu Smart! oraz przychody przyszłych okresów w wysokości 7 976 PLN z tytułu publikacji i promocji ofert z kwot, które zostały zawarte w saldzie zobowiązań z tytułu umów z klientami na początek okresu, tj. 1 stycznia 2021 r.

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 8 538 PLN 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.

#### **PRZYPISANIE CENY TRANSAKCYJNEJ DO NIEZREALIZOWANYCH ZOBOWIĄZAŃ DO WYKONANIA ŚWIADCZENIA**

Wszystkie umowy zawierane są na oczekiwany okres jednego roku lub krótszy. Zgodnie z MSSF 15 jednostka nie ujawnia jaka część ceny transakcyjnej przypisana jest do niezrealizowanych lub częściowo niezrealizowanych umów, gdy spodziewa się ująć te kwoty w przychodach.

#### **AKTYWA Z TYTUŁU KOSZTÓW NIEZBĘDNYCH DO UZYSKANIA LUB REALIZACJI UMOWY**

W roku 2021 i 2020 nie wystąpiły aktywa z tytułu kosztów niezbędnych do uzyskania lub realizacji umowy.



## 9.4 Zobowiązania z tytułu zwrotów

Wartość zobowiązań z tytułu zwrotów na dzień bilansowy wyniosła:

	Zobowiązania z tytułu programu lojalnościowego Monety Allegro <sup>[1]</sup>	Zobowiązania z tytułu zwrotów wynikających z umów <sup>[2]</sup>	Bonusy retrospektywne z tytułu przychodów reklamowych <sup>[3]</sup>
<b>Stan na 01.01.2021</b>	<b>32 847</b>	<b>12 889</b>	<b>4 710</b>
Zwiększenie/(zmniejszenie)	3 630	1 707	915
<b>Stan na 31.12.2021</b>	<b>36 477</b>	<b>14 596</b>	<b>5 625</b>
	Zobowiązania z tytułu programu lojalnościowego Monety Allegro <sup>[1]</sup>	Zobowiązania z tytułu zwrotów wynikających z umów <sup>[2]</sup>	Bonusy retrospektywne z tytułu przychodów reklamowych <sup>[3]</sup>
<b>Stan na 01.01.2020</b>	<b>21 620</b>	<b>5 398</b>	<b>4 141</b>
Zwiększenie/(zmniejszenie)	11 227	7 491	569
<b>Stan na 31.12.2020</b>	<b>32 847</b>	<b>12 889</b>	<b>4 710</b>

[1] **Program lojalnościowy Monety Allegro** – program Monety Allegro został wprowadzony w styczniu 2017 r. Więcej informacji na temat programu przedstawiono w Nocie 9.1.

[2] **Zwroty** – ta pozycja obejmuje zwroty prowizji 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 wynagrodzenia, 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 ujętymi.

Zobowiązania z tytułu zwrotów prezentowane są w zobowiązaniach handlowych oraz pozostałych zobowiązaniach.

## 9.5 Istotny osąd dotyczący ujmowania programu Smart!

Przy opracowywaniu polityki rachunkowości przychodów zgodnych z wymogami MSSF 15, Kierownictwo rozważało, czy prezentacja księgowa wynikająca z zastosowanych subiektywnych ocen w najlepszy możliwy sposób oddaje treść gospodarczą transakcji sprzedaży oraz programów motywacyjnych na portalu handlowym. Kierownictwo zidentyfikowało dwie odrębne grupy umów: umowy ze sprzedającymi oraz umowy z kupującymi (umowy Smart!), które generują oddzielne strumienie przychodów, a zatem kupujący i sprzedający powinni być traktowani jako osobni klienci. Program Smart! generuje wyraźny strumień przychodów, w którym Allegro świadczy usługę, organizując (i opłacając) dostawy w zamian za opłatę abonamentową od abonenta Smart!. Cena transakcyjna w umowie Smart! powiązana jest wyłącznie z zobowiązaniem do wykonania świadczenia wynikającego z umowy Smart!, natomiast cena transakcyjna w umowie ze sprzedającym powiązana jest wyłącznie z zobowiązaniem do wykonania świadczenia wynikającym z umowy ze sprzedającym. Obie te umowy są odrębne i nie spełniają kryteriów wymaganych do traktowania ich łącznie, ponieważ zawierane są niezależnie od siebie, z innymi stronami i w innym momencie. W związku z powyższym nie występuje realokacja ceny transakcyjnej do każdej z tych umów, mimo że obie umowy są ekonomicznie powiązane. Większość umów Smart! z kupującymi przynosi straty (mają one ujemną rentowność), ponieważ koszty zrealizowanych dostaw przewyższają opłatę abonamentową na poziomie pojedynczej umowy Smart!.

Kierownictwo jest zdania, że prezentacja ujemnej marży na umowach Smart! jako „Kosztów dostaw netto” w kosztach operacyjnych jest prawidłowa, ponieważ celem programu Smart! jest zwiększenie atrakcyjności portalu handlowego w porównaniu do konkurencji, przyciągnięcie kupujących i zwiększenie wolumenu sprzedaży na portalu, w związku z czym nadwyżkowe koszty programu Smart! są w istocie kosztami działalności promocyjnej i powinny być wykazywane jako koszt.

## 10. Przychody finansowe i koszty finansowe

	01.01–31.12.2021	01.01–31.12.2020
Wycena instrumentów finansowych	5 036	10 933
Ujemne różnice kursowe netto	509	—
Przychody odsetkowe z tytułu lokat i środków na rachunkach bankowych	3 096	2 761
Pozostałe przychody finansowe	315	3 271
Aktualizacja wartości kredytów i pożyczek	105 928	—
<b>Przychody finansowe</b>	<b>114 884</b>	<b>16 965</b>
Odsetki zapłacone i przypadające do zapłaty od zobowiązań finansowych	(156 711)	(297 099)
Odpis odroczonego kosztów kredytów i pożyczek	—	(143 378)
Instrument zabezpieczający stopę procentową	(58 570)	(41 874)
Koszt przedterminowej spłaty Kredytu Drugorzędnego	—	(26 000)
Odsetki z tytułu leasingu	(4 982)	(3 028)
Prowizja za dostępność kredytu odnawialnego	(3 889)	(3 311)
Ujemne różnice kursowe netto	—	(4 236)
Pozostałe koszty finansowe	(5 556)	(4 375)
<b>Koszty finansowe</b>	<b>(229 708)</b>	<b>(523 301)</b>
<b>Koszty finansowe netto</b>	<b>(114 824)</b>	<b>(506 336)</b>

Spadek odsetek zapłaconych i przypadających do zapłaty wynika z niższych kosztów zadłużenia Grupy w związku z transakcją refinansowania zakończoną 14 października 2020 roku. Oszczędności te zostały częściowo skompensowane przez wzrost kosztów rozliczeń instrumentów zabezpieczających stałą stopę procentową wynikający z gwałtownego obniżenia stopy referencyjnej WIBOR (Warsaw Interbank Offer Rate) w związku z wybuchem pandemii Covid-19 w 2020 r.

Aktualizacja wartości kredytów i pożyczek wynika z poprawy wskaźnika dźwigni finansowej Grupy, co przekłada się zgodnie z warunkami obowiązującej umowy na niższą marżę i zmniejszenie wartości bilansowej istniejących kredytów i pożyczek wycenianych według zamortyzowanego kosztu.

## 11. Podatek dochodowy

Podatek dochodowy za dany rok obejmuje podatek bieżący i odroczone. Podatek dochodowy ujemny w wyniku finansowym, chyba że dotyczy pozycji ujętych w innych całkowitych dochodach lub bezpośrednio w kapitale własnym. W takich przypadkach podatek również ujemny jest odpowiednio w innych 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 2021 i 2020 r. spółki luksemburskie podlegały opodatkowaniu stawką 24,94%.

W obszarach, w których przepisy podatkowe podlegają interpretacji, Kierownictwo okresowo weryfikuje podejście przyjęte do sporządzania deklaracji podatkowych. W uzasadnionych przypadkach tworzone są rezerwy na oczekiwane zobowiązania podatkowe.

### 11.1. Podatek dochodowy

	01.01–31.12.2021	01.01–31.12.2020
Podatek dochodowy bieżący	(294 328)	(260 984)
(Zwiększenie) / Zmniejszenie stanu rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego	25 825	62 837
<b>Obciążenie z tytułu podatku dochodowego</b>	<b>(268 503)</b>	<b>(198 147)</b>

## 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 Kierownictwa analiza potwierdziła, że kwoty bieżącego i odroczonego podatku dochodowego są ustalone prawidłowo. Niemniej jednak Grupa jest zdania, że nieodłączną cechą przepisów GAAR jest niepewność co do interpretacji przez Grupę przepisów prawa po-

datkowego, 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. Grupa przeprowadza całościową analizę swojej sytuacji podatkowej w celu identyfikacji i oceny wszelkich transakcji i operacji, które mogą stanowić ryzyko wynikające z Niepewnej pozycji podatkowej, zgodnie z definicją zawartą w KIMSF 23. W bieżącym okresie sprawozdawczym nie zidentyfikowano takich pozycji.

## 11.3. Uzgodnienie obciążenia z tytułu podatku dochodowego do podatku zapłaconego i należnego

	01.01–31.12.2021	01.01–31.12.2020
Zysk z działalności kontynuowanej przed opodatkowaniem	1 358 121	616 707
<b>Podatek (należny)/podlegający zwrotowi przy zastosowaniu krajowej stawki podatkowej 19%</b>	<b>(258 043)</b>	<b>(117 174)</b>
<b>Efekt podatkowy na transakcjach, które nie podlegają odliczeniu przy kalkulacji dochodu do opodatkowania:</b>		
Koszty niestanowiące kosztu uzyskania przychodu	(6 266)	(20 976)
Nieujęte aktywo z tytułu podatku odroczonego na stracie podatkowej	(4 146)	(24 242)
Ujęcie podatku odroczonego od strat podatkowych z lat ubiegłych	2 833	—
Wpływ likwidacji LuxCos	—	(52 234)
Wpływ zagranicznych stawek i regulacji podatkowych	(2 881)	16 479
<b>Obciążenie z tytułu podatku dochodowego</b>	<b>(268 503)</b>	<b>(198 147)</b>

„Wpływ likwidacji LuxCos” reprezentuje nie podlegający odliczeniu wynik likwidacji przeprowadzonych w Grupie w dniu 21 grudnia 2020 roku. Spółki Adinan Topco, Adinan Holdco, Adinan Bondco przestały istnieć, a spółka Adinan Seniorco została połączona ze spółką Adinan Midco.

„Wpływ zagranicznych stawek i regulacji podatkowych” reprezentuje wpływ różnych stawek podatku stosowanych w Luksemburgu i Polsce.

## 11.4. Kwoty ujęte bezpośrednio w innych całkowitych dochodach

Podatek odroczony dotyczący innych całkowitych dochodów ujęty bezpośrednio w innych całkowitych dochodach wyniósł 51 517 PLN w 2021 r. (przychód) i 6 953 PLN w 2020 r. (koszt).

## 11.5. Straty podatkowe

W 2021 roku spółka Allegro Pay ujęła składnik aktywów z tytułu podatku odroczonego od straty podatkowej z lat ubiegłych w kwocie 2 834 PLN. W oparciu o przeprowadzoną analizę jednostka doszła do wniosku, że przyszły dochód do opodatkowania będzie wystarczający do wykorzystania straty podatkowej w całości.

W latach 2021 i 2020 Allegro.eu wykazało nieujęte aktywa z tytułu podatku odroczonego od strat podatkowych w wysokości 113 826 PLN i 97 200 PLN (wygasających w latach 2026 i 2025). 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 2 363 447 PLN (1 357 712 PLN w 2020 r.) dotyczących nieprzekazanych zysków jednostek zależnych, ponieważ nieprzekazane zyski nie podlegają opodatkowaniu w momencie ich zapłaty.

Obecnie w Allegro.pl i Ceneo.pl trwają kontrole podatkowe i celne w zakresie rozliczeń podatku dochodowego od osób prawnych za okres od 28 lipca 2016 r. do 31 grudnia 2017 r. oraz za rok 2018. Te kontrole podatkowe i celne rozpoczęły się w grudniu 2020 roku i nie zostały jeszcze zakończone. Do tej pory przeprowadzający kontrolę urząd podatkowy i celny nie wydał żadnego dokumentu podsumowującego potencjalne ustalenia wynikające z kontroli. Termin zakończenia czynności kontrolnych został przedłużony do 28 lutego 2022 r., jednakże może zostać dodatkowo przedłużony przez urząd skarbowy i celny, co jest standardową praktyką.

Allegro.pl i Ceneo.pl, wspierane przez swoich zewnętrznych doradców podatkowych, udzielają na bieżąco wyjaśnień urzędowi skarbowemu i celnemu, potwierdzających stanowisko Grupy co do prawidłowości rozliczeń podatkowych tych podmiotów za badane okresy.

Po przeanalizowaniu potencjalnych ryzyk podatkowych związanych z wyżej wymienionymi rozliczeniami podatkowymi, jak również wszelkich innych transakcji i operacji, które mogą stanowić ryzyko z tytułu Niepewnej Pozycji Podatkowej w Grupie, w świetle zastosowania KIMSF 23 (Niepewność w zakresie podatku dochodowego), Grupa uznała, że nie należy tworzyć rezerwy z tego tytułu. Grupa nie może jednak wykluczyć ryzyka, że organy podatkowe zastosują inne podejście niż to przyjęte, co może mieć negatywny wpływ na działalność Grupy.

## 12. Zysk przypadający na jedną akcję

W tej Nocie kwoty zostały wyrażone w PLN, a nie w tysiącach PLN.

Podstawowy i rozwodniony zysk przypadający na jedną akcję za lata zakończone 31 grudnia 2021 roku i 31 grudnia 2020 roku wyniósł:

	01.01–31.12.2021	01.01–31.12.2020
Zysk netto przypadający na akcjonariuszy Jednostki Dominującej	1 089 618 366	419 160 122
Odsetki należne z tytułu akcji uprzywilejowanych	—	(754 495 305)
<b>Zysk/(strata) dla posiadaczy akcji zwykłych</b>	<b>1 089 618 366</b>	<b>(335 335 183)</b>
Średnia liczba akcji zwykłych	1 023 593 977	787 946 396
<b>Zysk/(strata) na jedną akcję zwykłą (podstawowa)</b>	<b>1,06</b>	<b>(0,43)</b>
Wpływ rozwodnienia liczby akcji zwykłych	221 093	—
Liczba akcji zwykłych wykazana dla celów wyliczenia rozwodnionego zysku na jedną akcję	1 023 815 070	787 946 396
<b>Zysk/(strata) na jedną akcję zwykłą (rozwodniona)</b>	<b>1,06</b>	<b>(0,43)</b>

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.

W związku z IPO Grupy, które miało miejsce w październiku 2020 r., kapitał zakładowy Grupy został zrestrukturizowany w celu zastąpienia wszystkich klas kapitału zakładowego, w tym udziałów uprzywilejowanych, przez nową serię akcji zwykłych („Konwersja IPO”).

Skumulowane udziały uprzywilejowane były oprocentowane według rocznej złożonej stopy procentowej wynoszącej 12%, a naliczone odsetki zostały rozliczone w momencie Konwersji IPO poprzez przydział nowych akcji zwykłych. Kapitał został zrestrukturizowany na podstawie kapitalizacji rynkowej w momencie IPO wynoszącej 43 mld PLN, co wynikało z ustalenia przez Spółkę ceny 1 mld nowych akcji zwykłych w momencie IPO na poziomie 43 PLN za jedną akcję. Odsetki należne z tytułu udziałów uprzywilejowanych przestały zatem być naliczane z dniem Konwersji IPO w dniu 29 września 2020 r.

Spółka wyemitowała 23 255 814 akcji zwykłych w ramach IPO, aby pozyskać dodatkowy kapitał w wysokości 1 mld PLN w ramach pierwotnego podwyższenia kapitału, w wyniku czego łączna liczba akcji zwykłych wyemitowanych przez Jednostkę Dominującą osiągnęła 1 023 255 815 sztuk.

Od 30 września 2021 r. jednostka Employee Benefit Trust jest konsolidowana w Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym Grupy (zob. Nota 28.4). 1 399 853 akcje zwykłe będące początkowo w posiadaniu tej jednostki zostały zaklasyfikowane jako Akcje Własne i odjęte od średniej liczby akcji zwykłych za okres zakończony 31 grudnia 2021 r., przyjętej dla celów obliczenia zysku przypadającego na jedną akcję. W dniu 7 października 2021 r. 589 024 Akcji Własnych zostało przekazanych pracownikom, którym przyznano akcje zwykłe z okazji IPO Grupy. W Grupie pozostało 810 829 Akcji Własnych będących w posiadaniu EBT. Ponadto, średnia liczba akcji zwykłych za okres zakończony 31 grudnia 2021 r., przyjęta dla celów obliczenia zysku przypadającego na jedną akcję, obejmuje również 932 akcji, do których prawa zostały w pełni nabyte, ale które nie zostały wydane pracownikom w momencie IPO Grupy jako Nagrody w postaci bezpłatnych akcji.

W poprzednim roku oraz do momentu Konwersji IPO udziały zwykłe dla celów wyliczenia zysku przypadającego na jeden udział obejmowały udziały A1 i A2. Pomiędzy 2017 r. a przeprowadzeniem IPO udziały serii B i C zostały przyznane kluczowej kadrze kierowniczej Grupy oraz innym menadżerom z ustalonym okresem nabycia praw i zostały wyłączone z kalkulacji zysku na jeden udział. Kierownictwo uczestniczyło w programie pośrednio poprzez różne serie udziałów spółki Adiman SCSp oraz bezpośrednio poprzez akcje typu C i D wyemitowane przez Allegro.eu.

Oceniono potencjalny efekt rozwodniący udziałów serii B i C na obliczenia zysku na akcję (EPS). Grupa ustaliła, że nie mają one efektu rozwodniającego.

Pozycja rozwodniająca zaprezentowana w powyższej tabeli dotyczy programu RSU opisanego w Nocie 28,3. Jednostki RSU są traktowane jako płatności w formie akcji nieuzależnione od wyników i są uwzględniane przy obliczaniu rozwodnionego zysku na jedną akcję, jeżeli mają efekt rozwodniący. Akcje, które zostaną wyemitowane nieodpłatnie, mają efekt rozwodniący; Grupa oblicza przyrostową liczbę akcji, które zostaną wyemitowane nieodpłatnie, biorąc pod uwagę cenę rynkową akcji i zakładaną cenę realizacji jednostek RSU. Ten wariant programu AIP ma rozwodniący wpływ na kalkulację zysku na akcję, ponieważ prowadzi do emisji akcji zwykłych po cenie niższej niż średnia cena rynkowa akcji zwykłych w danym okresie.

Jednostki PSU są płatnościami opartymi na wynikach, dlatego są traktowane jako akcje emitowalne warunkowo. Obliczenie rozwodnionego zysku na jedną akcję obejmuje te akcje, które zostałyby wyemitowane zgodnie z warunkami zdarzenia warunkowego, na podstawie aktualnego stanu realizacji warunków, tak jakby koniec okresu sprawozdawczego był końcem okresu zdarzenia warunkowego.

Program PSU opisany w Nocie 28,3 ma warunkowy efekt rozwodniący przy kalkulacji zysku na akcję za okres dwunastu miesięcy zakończony 31 grudnia 2021 r. Niemniej ustalono, że efekt rozwodniący nie wystąpił, ponieważ warunki dotyczące realizacji określonych wyników nie zostały spełnione.

# Noty do Skonsolidowanego Sprawozdania z sytuacji finansowej

## 13. Wartości niematerialne i prawne

### WARTOŚĆ FIRMY

Wartość firmy powstaje w związku z nabyciem jednostek gospodarczych. Wartość firmy nie podlega amortyzacji, lecz corocznie jest testowana pod kątem możliwej utraty wartości, lub częściej, jeżeli występują przesłanki utraty wartości, wartość firmy jest alokowana do ośrodków wypracowujących środki pieniężne, które według oczekiwania będą czerpać korzyści z synergii wynikających z połączenia jednostek gospodarczych. Utrata wartości występuje, gdy wartość bilansowa danego składnika aktywów lub ośrodka wypracowującego środki pieniężne przewyższa jego wartość odzyskiwalną. Wartość odzyskiwalna odpowiada wartości użytkowej lub wartości godziwej pomniejszonej o koszty sprzedaży, zależnie od tego, która z nich jest wyższa.

### LICENCJE, OPROGRAMOWANIE I PRAWA AUTORSKIE

Odrębnie nabyte licencje ujmuje się początkowo po koszcie. Licencje nabyte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych ujmuje się w wartości godziwej w dniu nabycia. Licencje mają ograniczony okres ekonomicznej użyteczności – od 2 do 5 lat. 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. Okres amortyzacji oprogramowania ujętego w ramach przejęcia XPC wynosi 2 lata.

Znaki towarowe wyceniane są według kosztu historycznego (lub w początkowej wartości godziwej) pomniejszonego o amortyzację i odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości. Amortyzację nalicza się metodą liniową w celu rozłożenia kosztu na szacowany okres ekonomicznej użyteczności.

### ZNAKI TOWAROWE

Znaki towarowe powstałe w wyniku połączenia jednostek gospodarczych są wyceniane początkowo w wartości godziwej przy zastosowaniu metody hipotetycznych opłat licencyjnych (ang. Royalty Relief Method). Znaki towarowe wyceniane są według kosztu historycznego (lub w początkowej wartości godziwej) pomniejszonego o amortyzację i odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości. 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, MPEE), a ich wartość bilansowa jest następnie pomniejszana przez odpisy amortyzacyjne. 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 relacje z klientami nabyte w ramach działalności Opennet 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 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 danego projektu.

Prace badawczo-rozwojowe są praktycznym zastosowaniem odkryć badawczych lub też innych osiągnięć w planowaniu, projektowaniu produkcji nowych lub znacznie udoskonalonych materiałów, urządzeń, produktów, procesów technologicznych, systemów lub usług. Koszty prac badawczo-rozwojowych w Grupie to koszty działu technologii związane z wytwarzaniem nowych lub znaczących ulepszeń istniejących funkcjonalności, poniesione przed podjęciem produkcji lub zastosowaniem seryjnym danej technologii.

Wartość prac badawczo-rozwojowych wyceniana jest w koszcie wytworzenia, w oparciu o poniesione nakłady, które obejmują w szczególności koszty pracownicze wraz z powiązanymi narzutami w odniesieniu do pracowników zaangażowanych w dany projekt, koszty osób współpracujących, koszty usług obcych oraz inne koszty projektu.

Zakończenie danego projektu dokumentowane jest protokołem odbioru, a następnie ujmowane w wartościach niematerialnych i prawnych Grupy oraz 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 2021 roku oraz na koniec 2020 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. Odpisy aktualizujące z tytułu utraty wartości ujmuje się w wysokości nadwyżki wartości bilansowej składnika aktywów nad jego wartością odzyskiwalną. Wartość odzyskiwalna odpowiada wartości użytkowej lub wartości godziwej pomniejszonej o koszty sprzedaży, zależnie od tego, która z nich jest wyższa. Dla potrzeb analizy pod kątem utraty wartości, aktywa grupuje się na najniższym poziomie, dla którego występują możliwe do zidentyfikowania odrębne 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.



<b>Stan na 01.01.2021</b>	Wartość firmy	Relacje z klientami i dostawcami	Znaki towarowe i inne prawa	Oprogramowanie komputerowe i licencje	Koszty rozwoju oprogramowania	Oprogramowanie w fazie rozwoju	Inne	<b>Razem</b>
Wartość brutto	8 639 249	2 912 512	1 513 562	1 041 990	255 482	108 985	34 190	14 505 970
Umorzenie i utrata wartości	—	(568 067)	(388 096)	(411 181)	(69 639)	—	(22 714)	(1 459 697)
<b>Wartość księgowa netto</b>	<b>8 639 249</b>	<b>2 344 445</b>	<b>1 125 466</b>	<b>630 809</b>	<b>185 843</b>	<b>108 985</b>	<b>11 476</b>	<b>13 046 273</b>
<b>Rok zakończony 31.12.2021</b>								
Wartość księgowa netto na początek okresu	8 639 249	2 344 445	1 125 466	630 809	185 843	108 985	11 476	13 046 273
Zwiększenia	—	—	—	10 049	—	229 057	18 724	257 830
Zwiększenia wynikające z połączenia jednostek gospodarczych	30 320	—	—	531	—	—	67	30 917
Przeniesienie z prac rozwojowych	—	—	—	1 254	195 725	(195 725)	(1 254)	—
Amortyzacja	—	(144 400)	(100 704)	(109 795)	(71 195)	—	(9 329)	(435 423)
<b>Wartość księgowa netto na koniec okresu</b>	<b>8 669 569</b>	<b>2 200 045</b>	<b>1 024 762</b>	<b>532 848</b>	<b>310 373</b>	<b>142 317</b>	<b>19 684</b>	<b>12 899 598</b>
<b>Stan na 31.12.2021</b>								
Wartość brutto	8 669 569	2 912 512	1 513 562	1 053 824	451 207	142 317	51 727	14 794 718
Umorzenie i utrata wartości	—	(712 467)	(488 800)	(520 976)	(140 834)	—	(32 043)	(1 895 120)
<b>Wartość księgowa netto</b>	<b>8 669 569</b>	<b>2 200 045</b>	<b>1 024 762</b>	<b>532 848</b>	<b>310 373</b>	<b>142 317</b>	<b>19 684</b>	<b>12 899 598</b>

W prezentowanych okresach Grupa nie kapitalizowała żadnych kosztów odsetkowych ani różnic kursowych.

<b>Stan na 01.01.2020</b>	Wartość firmy	Relacje z klientami i dostawcami	Znaki towarowe i inne prawa	Oprogramowanie komputerowe i licencje	Koszty rozwoju oprogramowania	Oprogramowanie w fazie rozwoju	Inne	<b>Razem</b>
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)
<b>Wartość księgowa netto</b>	<b>8 631 342</b>	<b>2 488 330</b>	<b>1 226 702</b>	<b>723 169</b>	<b>99 244</b>	<b>83 175</b>	<b>6 502</b>	<b>13 258 464</b>
<b>Rok zakończony 31.12.2020</b>								
Wartość księgowa netto na początek okresu	8 631 342	2 488 330	1 226 702	723 169	99 244	83 175	6 502	13 258 464
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)
<b>Wartość księgowa netto na koniec okresu</b>	<b>8 639 249</b>	<b>2 344 445</b>	<b>1 125 466</b>	<b>630 809</b>	<b>185 843</b>	<b>108 985</b>	<b>11 476</b>	<b>13 046 273</b>
<b>Stan na 31.12.2020</b>								
Wartość brutto	8 639 249	2 912 512	1 513 562	1 041 990	255 482	108 985	34 190	14 505 970
Umorzenie i utrata wartości	—	(568 067)	(388 096)	(411 181)	(69 639)	—	(22 714)	(1 459 697)
<b>Wartość księgowa netto</b>	<b>8 639 249</b>	<b>2 344 445</b>	<b>1 125 466</b>	<b>630 809</b>	<b>185 843</b>	<b>108 985</b>	<b>11 476</b>	<b>13 046 273</b>

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
• Automaty paczkowe	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, a w razie potrzeby dokonuje się ich korekty. Zyski lub straty wynikające ze zbycia rzeczowych aktywów trwałych określa się porównując wpływy z wartościami księgowymi i ujmuje się w pozostałych przychodach lub kosztach operacyjnych. W bieżącym roku nie wystąpiły istotne zmiany.

Aktywa z tytułu prawa do użytkowania amortyzowane są przez szacowany okres umowy leasingu. Szczegółowe informacje dotyczące prezentacji aktywów z tytułu prawa do użytkowania przedstawiono w Nocie 22.

Stan na 31.12.2021	Budynki	Komputery i wyposażenie biura	Automaty paczkowe	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)
<b>Wartość księgowa netto</b>	<b>66 231</b>	<b>78 894</b>	<b>—</b>	<b>281</b>	<b>5 414</b>	<b>150 820</b>
<b>Rok zakończony 31.12.2021</b>						
Wartość księgowa netto na początek okresu	66 231	78 894	—	281	5 414	150 820
Zwiększenia	143 221	82 787	70 123	600	69 602	366 333
Zwiększenia wynikające z połączenia jednostek gospodarczych	727	—	—	263	—	990
Zbycie – wartość księgowa brutto	—	(9 040)	(58)	(13)	—	(9 111)
Przyjęcia ze środków trwałych w budowie	2 361	473	—	—	(2 834)	—
Modyfikacja umowy leasingowej	11 308	—	—	—	—	11 308
Amortyzacja	(38 353)	(45 109)	(1 649)	(260)	—	(85 371)
Amortyzacja zbytych aktywów	—	8 829	—	11	—	8 840
Reklasyfikacja – wartość brutto	348	—	—	—	(348)	—
<b>Wartość księgowa netto na koniec okresu</b>	<b>185 843</b>	<b>116 834</b>	<b>68 416</b>	<b>882</b>	<b>71 834</b>	<b>443 809</b>
<b>Stan na 31.12.2021</b>						
Wartość brutto	325 334	246 788	70 065	1 638	72 182	716 007
Umorzenie	(139 491)	(129 954)	(1 649)	(756)	(348)	(272 198)
<b>Wartość księgowa netto</b>	<b>185 843</b>	<b>116 834</b>	<b>68 416</b>	<b>882</b>	<b>71 834</b>	<b>443 809</b>

<b>Stan na 01.01.2020</b>	<b>Budynki</b>	<b>Komputery i wyposażenie biura</b>	<b>Automaty paczkowe</b>	<b>Inne środki trwałe</b>	<b>Środki trwałe w budowie</b>	<b>Razem</b>
Wartość brutto	158 671	126 947	—	673	388	286 679
Umorzenie	(73 418)	(65 228)	—	(324)	—	(138 970)
<b>Wartość księgowa netto</b>	<b>85 253</b>	<b>61 719</b>	<b>—</b>	<b>349</b>	<b>388</b>	<b>147 709</b>
<b>Rok zakończony 31.12.2020</b>						
Wartość księgowa netto na początek okresu	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 z tytułu utraty wartości	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)	—	—	—	—
<b>Wartość księgowa netto na koniec okresu</b>	<b>66 231</b>	<b>78 894</b>	<b>—</b>	<b>281</b>	<b>5 414</b>	<b>150 820</b>
<b>Stan na 31.12.2020</b>						
Cena nabycia/koszt wytworzenia lub wartość godziwa	167 717	172 569	—	788	5 414	346 488
Umorzenie	(101 486)	(93 675)	—	(507)	—	(195 668)
<b>Wartość księgowa netto</b>	<b>66 231</b>	<b>78 894</b>	<b>—</b>	<b>281</b>	<b>5 414</b>	<b>150 820</b>

W 2021 roku Grupa uruchomiła nową inicjatywę mającą na celu poprawę doświadczenia klientów w zakresie dostaw i rozpoczęła budowę własnej sieci automatów paczkowych („automaty paczkowe”, „APM”).

## 15. Zapasy

Wartość zapasów Grupy była następująca:

	31.12.2021	31.12.2020
Towary	49 495	31 146
Materialy	157	—
Odpis aktualizujący wartość towarów wolno rotujących	(5 657)	(6 527)
<b>Razem</b>	<b>43 995</b>	<b>24 619</b>

### 15.1 Przypisanie kosztów do zapasów

Towary są kupowane w celu odsprzedaży poprzez własny sklep funkcjonujący na platformie handlowej (zob. polityka ujmowania przychodów w Nocie 9.1).

Towary i materiały są wyceniane według kosztu wytworzenia i możliwej do uzyskania ceny sprzedaży netto, w zależności od tego, która z tych wartości jest niższa. Zapasy ustala się z zastosowaniem metody „pierwsze weszło – pierwsze wyszło” („FIFO”). Koszt zakupionych zapasów ustalany jest po odliczeniu rabatów i upustów. Wartość ceny sprzedaży netto możliwej do uzyskania to szacunkowa cena sprzedaży w toku zwykłej działalności gospodarczej pomniejszona o szacunkowe koszty niezbędne do doprowadzenia sprzedaży do skutku.

### 15.2 Kwoty ujęte w wyniku finansowym

W bieżącym okresie sprawozdawczym Grupa dokonała odwrócenia odpisów aktualizujących wartość zapasów w kwocie 870 PLN. W 2020 r. odpisy zapasów do wartości ceny sprzedaży netto możliwej do uzyskania wyniosły 1 718 PLN (koszt).

Odpisy ujmują się w kosztach sprzedanych towarów w sprawozdaniu z całkowitych dochodów.

## 16. Należności handlowe oraz pozostałe należności

Wartość należności handlowych oraz pozostałych należności Grupy była następująca:

	31.12.2021	31.12.2020
Należności handlowe, brutto	847 924	658 197
Utrata wartości należności handlowych	(95 461)	(60 114)
<b>Należności handlowe, netto</b>	<b>752 463</b>	<b>598 083</b>
Pozostałe należności	52 561	42 249
Należności z tytułu VAT	13 804	6 077
<b>Razem</b>	<b>818 828</b>	<b>646 409</b>

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.

### 16.1 Klasyfikacja należności handlowych

Należności handlowe to kwoty należne od klientów z tytułu sprzedanych towarów lub usług wykonanych w toku zwykłej działalności Grupy. Zazwyczaj są one wymagalne w terminie 14 dni. Należności handlowe ujmują się początkowo w kwocie wymaganej bezwarunkowej zapłaty. Grupa ujmuje należności handlowe w celu realizacji przepływów pieniężnych wynikających z umów z klientami, a następnie wycenia je według amortyzowanego kosztu z zastosowaniem metody efektywnej stopy procentowej. Szczegółowe informacje o polityce Grupy w zakresie utraty wartości i wyliczenia odpisów aktualizujących przedstawiono w Nocie 31.2 Ryzyko kredytowe.

### 16.2 Klasyfikacja pozostałych należności

Kwoty te wynikają z transakcji zawieranych poza zwykłą działalnością operacyjną Grupy (dotyczą głównie należności od operatorów płatności). Jeżeli terminy płatności przekraczają sześć miesięcy, to naliczane są odsetki według stawek komercyjnych.

### 16.3 Wartość godziwa należności handlowych oraz pozostałych należności

Z uwagi na krótkoterminowy charakter należności handlowych oraz pozostałych należności, uznaje się, że ich wartość godziwa jest taka sama jak ich wartość bilansowa.

### 16.4 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 ujęty jako część odpisu na nieściągalne należności w sprawozdaniu z całkowitych dochodów. W porównaniu z rokiem poprzednim, rezerwa na utratę wartości wzrosła o 35 348 PLN w roku zakończonym 31 grudnia 2021 r. oraz o 19 627 PLN w roku zakończonym 31 grudnia 2020.



### 17. Przedpłaty

Wartość rozliczeń międzyokresowych czynnych Grupy była następująca:

	31.12.2021	31.12.2020
<b>Rzeczowe aktywa trwałe</b>	11 258	—
<b>Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe czynne</b>	<b>11 258</b>	<b>—</b>
Licencje	19 540	12 460
Ubezpieczenia	14 158	11 539
Wsparcie techniczne	6 104	5 903
Usługi dostawy	6 713	4 097
Inne	7 553	2 497
<b>Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe czynne</b>	<b>54 068</b>	<b>36 496</b>
<b>Rozliczenia międzyokresowe czynne razem</b>	<b>65 326</b>	<b>36 496</b>

Rozliczenia międzyokresowe czynne ujmują się w momencie poniesienia przez podmiot kosztów przed okresem, którego te koszty dotyczą. Rozliczenia międzyokresowe czynne ustalane są w kwocie przypadającej na kolejne okresy sprawozdawcze.

## 18. Pożyczki konsumenckie

Pożyczki konsumenckie to pożyczki udzielane polskim kupującym na platformie Allegro.pl. Pożyczki udzielane są na okres 30 dni, bez odsetek, lub jako pożyczki ratalne na okres od 5 do 20 miesięcy, według stałej stopy procentowej. Stopa procentowa wzrosła z 7,20% do 10,50% w grudniu 2021 r. Dodatkowo abonenci programu Smart! mogą zaciągnąć 3-miesięczne pożyczki ratalne z zerowym oprocentowaniem.

Wszystkie pożyczki udzielane są na terytorium Polski w polskich złotych (PLN).

Wartość pożyczek konsumenckich udzielonych na dzień 31 grudnia 2021 r. i 31 grudnia 2020 r., wg terminu zapadalności, kształtowała się następująco:

	31.12.2021	31.12.2020
Pożyczki konsumenckie – długoterminowe	15 622	4 728
Pożyczki konsumenckie – krótkoterminowe	343 163	47 244
<b>Razem</b>	<b>358 785</b>	<b>51 972</b>

Wartość pożyczek konsumenckich udzielonych na dzień 31 grudnia 2021 r. i 31 grudnia 2020 r., wg terminu zapadalności na dzień przyznania, kształtowała się następująco:

	31.12.2021	31.12.2020
30-dniowe	119 522	8 956
3-miesięczne	89 615	17 278
5-miesięczne	26 387	4 326
10-miesięczne	57 852	9 535
20-miesięczne	65 409	11 877
<b>Razem</b>	<b>358 785</b>	<b>51 972</b>

## 18.1 Wartość bilansowa brutto i odpis aktualizujący

Wartość bilansowa brutto stanowi zamortyzowany koszt pożyczek konsumenckich, przed korektą o wszelkie odpisy na oczekiwane straty kredytowe. Odpis aktualizujący dotyczy oczekiwanych strat kredytowych, o których mowa w MSSF 9. Pożyczki klasyfikowane są do trzech koszyków zależnie od związanego z nimi ryzyka,

przy czym koszyk 3 odzwierciedla najwyższy poziom ryzyka. Opis poszczególnych koszyków przedstawiony jest w Nocie 27.

Tabela poniżej prezentuje wartość bilansową brutto (równą maksymalnej ekspozycji na ryzyko kredytowe) oraz oczekiwane straty kredytowe w każdym koszyku na dzień 31 grudnia 2021 r. i 31 grudnia 2020 r.

Stan na 01.01.2021	Koszyk 1	Koszyk 2	Koszyk 3	RAZEM
Pożyczki konsumenckie, brutto	53 073	28	1	53 102
Oczekiwane straty kredytowe	(1 126)	(3)	(1)	(1 130)
<b>Pożyczki konsumenckie na dzień 01.01.2021</b>	<b>51 947</b>	<b>25</b>	<b>—</b>	<b>51 972</b>

Stan na 31.12.2021	Koszyk 1	Koszyk 2	Koszyk 3	RAZEM
Stan na początek okresu	53 073	28	1	53 102
Nowoudzielone pożyczki konsumenckie	1 993 078	—	—	1 993 078
Przeniesione do koszyka 1	838	(805)	(33)	—
Przeniesione do koszyka 2	(7 054)	7 083	(29)	—
Przeniesione do koszyka 3	(6)	(2 586)	2 592	—
Pożyczki konsumenckie wyksięgowane (częściowo spłacone i inne zmiany)	(338 050)	(318)	18	(338 350)
Pożyczki konsumenckie wyksięgowane (spłacone w całości)	(1 159 521)	(1 463)	(204)	(1 161 188)
Pożyczki konsumenckie wyksięgowane (sprzedane)	(181 541)	—	—	(181 541)
<b>Pożyczki konsumenckie, brutto</b>	<b>360 816</b>	<b>1 939</b>	<b>2 345</b>	<b>365 101</b>
Stan na początek okresu	(1 126)	(3)	(1)	(1 130)
Nowoudzielone pożyczki konsumenckie	(13 839)	—	—	(13 839)
Zmiany wynikające ze zmian ryzyka kredytowego	3 797	(2 496)	(848)	453
Przeniesione do koszyka 1	(100)	98	2	—
Przeniesione do koszyka 2	1 054	(1 073)	21	—
Przeniesione do koszyka 3	—	1 646	(1 646)	—
Pożyczki konsumenckie wyksięgowane (spłacone)	6 375	723	197	7 295
Pożyczki konsumenckie wyksięgowane (sprzedane)	904	—	—	904
<b>Oczekiwane straty kredytowe</b>	<b>(2 935)</b>	<b>(1 105)</b>	<b>(2 275)</b>	<b>(6 316)</b>
<b>Pożyczki konsumenckie na dzień 31.12.2021</b>	<b>357 881</b>	<b>834</b>	<b>70</b>	<b>358 785</b>

Stan na 31.12.2021	Koszyk 1	Koszyk 2	Koszyk 3	RAZEM
Pożyczki konsumenckie, brutto	360 816	1 939	2 345	365 101
Oczekiwane straty kredytowe	(2 935)	(1 105)	(2 275)	(6 316)
<b>Pożyczki konsumenckie na dzień 31.12.2021</b>	<b>357 881</b>	<b>834</b>	<b>70</b>	<b>358 785</b>

Stan na 01.01.2020	Koszyk 1	Koszyk 2	Koszyk 3	RAZEM
Pożyczki konsumenckie, brutto	—	—	—	—
Oczekiwane straty kredytowe	—	—	—	—
<b>Pożyczki konsumenckie na dzień 01.01.2020</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>

Stan na 31.12.2020	Koszyk 1	Koszyk 2	Koszyk 3	RAZEM
Nowoudzielone pożyczki konsumenckie	76 017	—	—	76 017
Przeniesione do koszyka 1	2	(2)	—	—
Przeniesione do koszyka 2	(33)	33	—	—
Przeniesione do koszyka 3	—	(1)	1	—
Pożyczki konsumenckie wyksięgowane (splacone)	(22 913)	(2)	—	(22 915)
<b>Pożyczki konsumenckie, brutto</b>	<b>53 073</b>	<b>28</b>	<b>1</b>	<b>53 102</b>
Nowoudzielone pożyczki konsumenckie	(1 520)	—	—	(1 520)
Zmiany wynikające ze zmian ryzyka kredytowego	394	(3)	(1)	390
<b>Oczekiwane straty kredytowe</b>	<b>(1 126)</b>	<b>(3)</b>	<b>(1)</b>	<b>(1 130)</b>
<b>Pożyczki konsumenckie na dzień 31.12.2020</b>	<b>51 947</b>	<b>25</b>	<b>—</b>	<b>51 972</b>

Stan na 31.12.2020	Koszyk 1	Koszyk 2	Koszyk 3	RAZEM
Pożyczki konsumenckie, brutto	53 073	28	1	53 102
Oczekiwane straty kredytowe	(1 126)	(3)	(1)	(1 130)
<b>Pożyczki konsumenckie na dzień 31.12.2020</b>	<b>51 947</b>	<b>25</b>	<b>—</b>	<b>51 972</b>

W trzecim kwartale 2021 roku Grupa zawarła umowę sprzedaży pożyczek konsumenckich z Aion Bank, na podstawie której w grudniu została zrealizowana pierwsza transakcja. W efekcie ryzyko, korzyści i kontrola zostały przeniesione na partnera finansującego, a odnośnie pożyczki konsumenckie zostały wyksięgowane. Grupa otrzymała środki pieniężne w wysokości 182 271 PLN, a zysk netto z transakcji wyniósł 653 PLN.

Zmiany ryzyka kredytowego mogą spowodować reklasifikację do odpowiedniego koszyka. Zmiana odpisu na straty spowodowana takimi zdarzeniami jest prezentowana w pozycji „Zmiany wynikające ze zmian ryzyka kredytowego”.

## 18.2 Klasyfikacja pożyczek konsumenckich

W momencie początkowego ujęcia pożyczki są wyceniane w wartości godziwej.

Grupa klasyfikuje aktywa finansowe do jednej z poniższych kategorii:

- wyceniane według zamortyzowanego kosztu w modelu „utrzymywanie dla przepływów pieniężnych”, w którym aktywa finansowe powstałe lub nabyte utrzymywane są do terminu wymagalności w celu pozyskania umownych przepływów pieniężnych, gdzie te przepływy pieniężne reprezentują wyłącznie spłatę kapitału i odsetek („SPPI”);
- wyceniane w wartości godziwej przez inne całkowite dochody dla modelu „utrzymywanie dla przepływów pieniężnych i sprzedaży”, w którym aktywa finansowe powstałe lub nabyte utrzymywane są do terminu wymagalności w celu pozyskania umownych przepływów pieniężnych, gdzie te przepływy pieniężne reprezentują wyłącznie spłatę kapitału i odsetek („SPPI”), ale mogą także zostać sprzedane;
- wyceniane w wartości godziwej przez wynik finansowy, w modelu przepływów pieniężnych innym niż „utrzymywanie dla przepływów pieniężnych” czy „utrzymywanie dla przepływów pieniężnych i sprzedaży”.

Pożyczki konsumenckie ujmowane są według zamortyzowanego kosztu, po pomniejszeniu o odpisy aktualizujące, i wyliczone zgodnie z zasadami rachunkowości Grupy. Odpisy ustalane są na podstawie szeregu czynników, w tym w szczególności na bazie doświadczeń historycznych oraz aktualnego wiekowania pożyczek.

Grupa regularnie i szczegółowo monitoruje jakość kredytową wszystkich pożyczek konsumenckich. Grupa wdrożyła opracowany wewnętrznie model ryzyka pomagający przewidzieć zdolność kupującego do spłaty zobowiązania w celu prawidłowego określenia oczekiwanych strat kredytowych.

## 18.3 Utrata wartości i ekspozycja na ryzyko

Na dzień bilansowy pożyczki konsumenckie pozostające do spłaty pomniejszane są o odpisy na utratę wartości. Zasady ujmowania odpisów z tytułu 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, ekspozycji na ryzyko kredytowe oraz ekspozycji na ryzyko stopy procentowej przedstawiono w Nocie 31.



## 19. Środki pieniężne i ich ekwiwalenty

Na dzień bilansowy środki pieniężne i ich ekwiwalenty obejmowały:

	31.12.2021	31.12.2020
Środki pieniężne w banku	364 441	643 238
Depozyty bankowe	1 528 506	502 535
Ekwiwalenty środków pieniężnych	64 294	39 287
<b>Razem</b>	<b>1 957 241</b>	<b>1 185 060</b>

### 19.1 Klasyfikacja środków pieniężnych w banku

Środki pieniężne w banku obejmują środki pieniężne zdeponowane w bankach i dostępne na żądanie.

### 19.2 Klasyfikacja depozytów bankowych

Depozyty bankowe to depozyty oprocentowane według stałej, negocjowanej stopy procentowej, z terminem zapadalności nieprzekraczającym trzech miesięcy od daty złożenia depozytu i podlegają wypłacie w ciągu 24 godzin od wezwania. Grupa posiada depozyty bankowe wyłącznie w instytucjach finansowych o ratingu BBB i wyższym.

### 19.3 Klasyfikacja ekwiwalentów środków pieniężnych

Ekwiwalenty środków pieniężnych obejmują nierozliczone płatności dokonane przez klientów Grupy za pośrednictwem kanałów płatności elektronicznej.

## 20. Środki pieniężne o ograniczonej możliwości dysponowania

Na dzień 31 grudnia 2021 r. jednostka Employee Benefit Trust posiadała środki pieniężne w kwocie 14 240 PLN, które nie są swobodnie dostępne dla Grupy. Środki te mogą zostać wykorzystane wyłącznie na rzecz pracowników, w tym poprzez rozliczenie programów motywacyjnych. Na dzień 31 grudnia 2020 r. Grupa nie posiadała środków pieniężnych o ograniczonej możliwości dysponowania.

## 21. Kredyty i pożyczki

Na dzień bilansowy kredyty i pożyczki obejmowały:

	31.12.2021	31.12.2020
Pożyczki	5 362 982	5 437 223
<b>Kredyty i pożyczki – część długoterminowa</b>	<b>5 362 982</b>	<b>5 437 223</b>
Pożyczki	3 316	577
<b>Kredyty i pożyczki – część krótkoterminowa</b>	<b>3 316</b>	<b>577</b>
<b>Kredyty i pożyczki razem</b>	<b>5 366 298</b>	<b>5 437 800</b>

W dniu 28 września 2020 r. Rada Dyrektorów podjęła decyzję o refinansowaniu obecnych kredytów Grupy. W dniu 29 września 2020 r. Grupa zawarła nową umowę kredytową („Nowa Umowa Kredytowa”) obejmującą kredyt nadrzędny w kwocie 5 500 000 PLN („Nowy Kredyt Nadrzędny”) oraz wielowalutowy kredyt odnawialny wysokości 500 000 PLN („Nowy Kredyt Odnawialny”, który łącznie z Nowym Kredytem Nadrzędnym zwany będzie „Nowymi Kredytami”).

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 obecnych kredytów w wysokości 6 151 732 PLN (zob. Nota 29).

Transakcja została ujęta jako wyksiegowanie istniejących kredytów i pożyczek. Nowe zadłużenie zostało ujęte w wartości godziwej. Bezpośrednio przed wyksiegowaniem poprzedniego zadłużenia wartość bilansowa istniejących kredytów według zamortyzowanego kosztu wzrosła o 143 378 PLN, przy czym ujęta została równoważna kwota odroczonego kosztu finansowania zewnętrznego jako niepieniężny koszt finansowy. Łączna strata z tytułu refinansowania wyniosła 143 378 PLN (zob. Nota 29).

Splata Kredytu Drugorzędnego spowodowała naliczenie dodatkowej opłaty za przedterminową spłatę w wysokości 26 000 PLN.

Ostateczny termin spłaty Nowej Umowy Kredytowej i Nowego Kredytu Odnawialnego przypada na październik 2025 r. Nie przewiduje się spłat Nowego Kredytu Nadzrędnego przed ostatecznym terminem spłaty przypadającym na 14 października 2025 r. W wyniku zamknięcia transakcji refinansowania saldo niespłaconych kredytów bankowych spadło o 651 732 PLN z 6 151 732 PLN do 5 500 000 PLN.

Nowa Umowa Kredytowa początkowo przewiduje naliczanie odsetek w okresach rocznych według stopy WIBOR lub EURIBOR, w zależności od wyboru kredytobiorcy dla Nowego Kredytu Odnawialnego (w każdym przypadku nie niższej od zera) oraz początkowej marży 2,25% rocznie dla Nowego Kredytu Nadzrędnego i 1,80% rocznie dla Nowego Kredytu Odnawialnego.

W dniu 5 sierpnia 2021 r., dzięki poprawie wskaźnika dźwigni finansowej, Grupa obniżyła marżę swoich kredytów i pożyczek, zgodnie z umową kredytową. W efekcie wartość bilansowa istniejących kredytów wycenianych według zamortyzowanego kosztu zmniejszyła się o 105 928 PLN.

W dniu 9 grudnia 2021 r. Grupa podpisała umowę Kredytu Dodatkowego w wysokości 1 000 000 PLN. Okres dostępności Kredytu Dodatkowego wynosi 12 miesięcy, a okres wykorzystania 6 miesięcy. Na dzień 31 grudnia 2021 r. nie został on jeszcze wykorzystany.

Kredyty i pożyczki są wyceniane według zamortyzowanego kosztu przy zastosowaniu efektywnej stopy procentowej. Wartość kosztów pozyskania finansowania jest uwzględniona w kalkulacji efektywnej stopy procentowej.

Okresowe ponowne oszacowanie przepływów pieniężnych wynikających ze zmian zmiennych stóp procentowych (WIBOR) jest ujmowane poprzez zmianę efektywnej stopy procentowej kredytu. Zmiany szacowanych przepływów pieniężnych wynikające z wcześniejszych spłat lub zmian marży kredytu są ujmowane poprzez ponowne obliczenie zamortyzowanego kosztu, a korekty są ujmowane w wyniku finansowym jako przychody lub koszty finansowe. Na dzień 31 grudnia 2021 r. średnia efektywna stopa procentowa wynosi 1,99%, a na dzień 31 grudnia 2020 r. była ona na poziomie 2,47%.

Termin spłaty Nowych Kredytów przypada na rok 2025, a harmonogram spłat przedstawia się następująco:

Poniżej 3 miesięcy	Od 3 do 12 miesięcy	Od 1 roku do 5 lat	Powyżej 5 lat	Razem
3 316	—	5 362 982	—	5 366 298

Na dzień bilansowy zawarte były cztery kontrakty swap (31 grudnia 2020 r.: 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 Odnawialnego i obecnie nie przypadają już one na koniec każdego kwartału.

Wartości godziwe kredytów i pożyczek nie różnią się istotnie od wartości księgowych, ze względu na fakt, iż oprocentowanie tych kredytów i pożyczek jest zbliżone do stawek rynkowych (stopy umowne odzwierciedlają aktualne rynkowe stopy procentowe stosowane dla takich warunków w przypadku podobnych instrumentów).

## 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 transakcyjne) a wartością wykupu ujmuje się w rachunku zysków i strat w okresie obowiązywania odpowiednich umów, z zastosowaniem metody efektywnej stopy procentowej. Kredyty i pożyczki wymagalne w terminie do jednego roku klasyfikowane są jako krótkoterminowe. W przeciwnym razie są one prezentowane jako pozycje długoterminowe.

## 21.2 Przestrzeganie kowenantów kredytowych

W Umowie Nadzrędnego Kredytu Terminowego i Kredytu Odnawialnego Grupa zobowiązana została do utrzymywania ustalonych poziomów wskaźników finansowych określonych jako Skonsolidowane nadzrędnne zadłużenie netto oraz Skonsolidowane nadzrędnne zabezpieczone zadłużenie netto na poziomach nie wyższych niż wskazanych w umowach.

W ramach refinansowania Adinan Midco, podmiot należący do Grupy, podpisał Nową Umowę Kredytu Nadzrędnego 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 tej dacie (zob. Nota 32).

Grupa Allegro.eu przestrzegala kowenantów finansowych dotyczących swoich kredytów w okresach sprawozdawczych 2021 i 2020, a także w okresie od dnia bilansowego do dnia zatwierdzenia niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego. Szczegóły przedstawiono w Nocie 32.

## 21.3 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

Wartość bilansowa aktywów z tytułu prawa do użytkowania amortyzowana jest metodą liniową. Grupa dokonuje amortyzacji składników aktywów z tytułu prawa do użytkowania od daty rozpoczęcia leasingu aż do końca okresu leasingu lub końca okresu użytkowania tego składnika, w zależności od tego, która z tych dat jest wcześniejsza. Szacowane okresy użytkowania aktywów z tytułu prawa do użytkowania są następujące:

- Leasing budynków 1–9 lat
- Leasing komputerów i wyposażenia biura 3–4 lata
- Leasing środków transportu 1–3 lat
- Grunty dzierżawione 5 lat

Koszty poniesione w związku leasingiem, ujęte w rachunku zysków i strat, obejmowały:

	31.12.2021	31.12.2020
Amortyzacja	(39 570)	(25 493)
Koszty odsetkowe	(4 982)	(3 028)
Koszty leasingu krótkoterminowego	(168)	(152)
<b>Razem</b>	<b>(44 720)</b>	<b>(28 673)</b>

### 22.2 Kwoty ujęte w sprawozdaniu z sytuacji finansowej

Zmiany stanu aktywów z tytułu prawa do użytkowania w ciągu roku obrotowego:

Stan na 01.01.2021	Leasing budynków	Leasing komputerów i wyposażenia biura	Leasing środków transportu	Grunty dzierżawione	Razem
Wartość brutto	161 883	1 501	304	—	163 688
Umorzenie	(99 673)	(1 461)	(172)	—	(101 306)
<b>Wartość księgowa netto</b>	<b>62 210</b>	<b>40</b>	<b>132</b>	<b>—</b>	<b>62 382</b>

Stan na 31.12.2021					
Wartość księgowa netto na początek okresu	62 210	40	132	—	62 382
Zwiększenia – nowe umowy leasingu	151 942	19 053	—	28 260	199 255
Zachęty leasingowe	(23 081)	—	—	—	(23 081)
Zmniejszenia	—	(725)	—	—	(725)
Modyfikacja umowy leasingowej	11 656	—	—	—	11 656
Amortyzacja	(35 174)	(2 809)	(78)	(1 509)	(39 570)
<b>Wartość księgowa netto na koniec okresu</b>	<b>167 553</b>	<b>15 559</b>	<b>54</b>	<b>26 751</b>	<b>209 917</b>

Stan na 31.12.2021					
Wartość brutto	302 400	19 829	304	28 260	350 793
Umorzenie	(134 847)	(4 270)	(250)	(1 509)	(140 876)
<b>Wartość księgowa netto</b>	<b>167 553</b>	<b>15 559</b>	<b>54</b>	<b>26 751</b>	<b>209 917</b>

Stan na 01.01.2020	Leasing budynków	Leasing komputerów i wyposażenia biura	Leasing środków transportu	Grunty dzierżawione	Razem
Wartość brutto	152 489	1 402	189	—	154 080
Umorzenie	(74 586)	(1 154)	(73)	—	(75 813)
<b>Wartość księgowa netto</b>	<b>77 903</b>	<b>248</b>	<b>116</b>	<b>—</b>	<b>78 267</b>
<b>Stan na 31.12.2020</b>					
Wartość księgowa netto na początek okresu	77 903	248	116	—	78 267
Zwiększenia – nowe umowy leasingu	8 452	99	115	—	8 666
Modyfikacja umowy leasingowej	942	—	—	—	942
Amortyzacja	(25 087)	(307)	(99)	—	(25 493)
<b>Wartość księgowa netto na koniec okresu</b>	<b>62 210</b>	<b>40</b>	<b>132</b>	<b>—</b>	<b>62 383</b>
<b>Stan na 31.12.2020</b>					
Wartość brutto	161 883	1 501	304	—	163 689
Umorzenie	(99 673)	(1 461)	(172)	—	(101 306)
<b>Wartość księgowa netto</b>	<b>62 210</b>	<b>40</b>	<b>132</b>	<b>—</b>	<b>62 383</b>

Aktywa z tytułu prawa do użytkowania prezentowane są w sprawozdaniu z sytuacji finansowej w pozycji rzeczowych aktywów trwałych.

Zmiany stanu zobowiązań leasingowych w ciągu roku obrotowego:

Stan na 31.12.2021	Stan na 31.12.2020
Wartość początkowa leasingu	Wartość początkowa leasingu
73 266	85 538
Modyfikacja	Modyfikacja
11 656	942
Oplaty leasingowe	Oplaty leasingowe
(31 062)	(26 101)
Zwiększenia – nowe umowy leasingu	Zwiększenia – nowe umowy leasingu
199 255	8 666
Zmniejszenia	Koszty odsetkowe
(725)	3 028
Koszty odsetkowe	Zapłata odsetek
4 982	(3 028)
Zapłata odsetek	Wycena walutowa
(4 982)	4 221
Wycena walutowa	<b>Zobowiązania z tytułu leasingu</b>
(659)	<b>73 266</b>
Inne	
(589)	
<b>Zobowiązania z tytułu leasingu</b>	
<b>251 142</b>	

## 22.3 Kwoty ujęte w sprawozdaniu z przepływów pieniężnych w związku z leasingiem

Łączny wypływ środków pieniężnych wyniósł 36 044 PLN w 2021 r. oraz 29 129 PLN w 2020 r.

## 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 9 lat, ale mogą występować opcje przedłużenia opisane poniżej. Warunki najmu są negocjowane indywidualnie i zawierają szeroki zakres różnych warunków. Umowy leasingu nie zawierają żadnych kowenantów, ale leasingowane aktywa nie mogą być wykorzystywane jako zabezpieczenie dla celów pożyczkowych.

Leasing ujmuje się jako aktywa z tytułu prawa do użytkowania wraz z odpowiadającym im zobowiązaniem na dzień, w którym przedmiot leasingu zostaje udostępniony do użytku Grupy. Każda opłata leasingowa jest alokowana pomiędzy zobowiązanie i koszty finansowe. Wartość bilansowa zobowiązania jest ponownie wyceniana w celu odzwierciedlenia wszelkich ponownych oszacowań, modyfikacji leasingu lub w celu uwzględnienia zaktualizowanych stałych opłat leasingowych. Okres leasingu to nieodwołalny czas trwania umowy leasingu; okresy objęte opcjami przedłużenia i rozwiązania leasingu są uwzględniane w okresie leasingu tylko wtedy, gdy jest pewne, że leasing zostanie przedłużony lub nie zostanie rozwiązany. Koszty finansowe obciążają wynik finansowy przez okres leasingu, tak aby dla każdego okresu uzyskać stałą okresową stopę procentową od niespłaconego salda zobowiązania dla każdego okresu. Składnik aktywów z tytułu prawa do użytkowania amortyzuje się liniowo przez krótszy z dwóch okresów: okres ekonomicznej użyteczności składnika aktywów lub okres leasingu.

Aktywa i zobowiązania z tytułu leasingu są początkowo wyceniane na podstawie wartości bieżącej. Zobowiązania leasingowe obejmują wartość bieżącą netto następujących opłat leasingowych:

- stałe opłaty leasingowe,
- zmienne opłaty leasingowe, oparte na indeksie ubstawce,
- kwoty, których zapłaceniu przez leasingobiorcę oczekuje się z tytułu gwarancji wartości rezydualnej,
- cena wykonania opcji kupna, jeżeli można z wystarczającą pewnością założyć, że leasingobiorca skorzysta z tej opcji.

Opłaty leasingowe dyskontuje się z zastosowaniem stopy procentowej leasingu, jeżeli stopę tę można z łatwością ustalić, lub z zastosowaniem krańcowej stopy procentowej Grupy.

Aktywa z tytułu prawa do użytkowania wycenia się według kosztu obejmującego:

- kwota początkowej wyceny zobowiązania z tytułu leasingu,
- wszystkie opłaty leasingowe zapłacone w dacie rozpoczęcia lub przed tą datą, pomniejszone o wszelkie otrzymane zachęty leasingowe,
- wszystkie początkowe koszty bezpośrednie, oraz
- koszty przywrócenia przedmiotu leasingu do stanu pierwotnego.

Płatności związane z leasingiem krótkoterminowym i leasingiem aktywów o niskiej wartości ujmowane są metodą liniową jako koszt w wyniku finansowym. Leasing krótkoterminowy to leasing, którego okres obowiązywania wynosi nie więcej niż 12 miesięcy. Aktywa o niskiej wartości obejmują sprzęt IT i małe elementy wyposażenia biura.

Umowy mogą zawierać zarówno elementy leasingowe jak i nieleasingowe. Grupa alokuje wynagrodzenie z tytułu umowy do elementów leasingowych i nieleasingowych w oparciu o ich względne ceny jednostkowe. Jednak w przypadku leasingu nieruchomości, w którym Grupa jest leasingobiorcą, Grupa postanowiła nie rozdzielać elementów leasingowych i nieleasingowych i zamiast tego księguje je jako jeden element leasingowy.

## 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 tytułu prawa do użytkowania nie zostały uwzględnione w zobowiązaniu leasingowym, ponieważ Grupa może zastąpić składnik aktywów bez ponoszenia znacznych kosztów lub zakłóceń działalności oraz ponieważ nie ma wystarczającej pewności, że umowy leasingowe zostaną przedłużone.

Okres leasingu podlega ponownej ocenie, jeżeli opcja zostanie faktycznie wykonana lub Grupa będzie zobowiązana do jej wykonania. Ocena wystarczającej pewności weryfikowana jest tylko jeżeli wystąpi istotne zdarzenie lub istotna zmiana okoliczności, które mają wpływ na tę ocenę i pozostają pod kontrolą leasingobiorcy.

## 22.6 Umowy leasingowe zawarte na czas nieokreślony

Zdecydowana większość umów leasingowych Grupy zawierana jest na czas określony. Jednak część umów na dzierżawę gruntów przeznaczonych pod rozmieszczenie automatów paczkowych została zawarta na czas nieokreślony, z przyznanym obu stronom prawem do wypowiedzenia umowy bez ponoszenia znaczących kar finansowych.

Grupa uwzględniła szerszy kontekst ekonomiczny umów leasingu przy określaniu okresu wykonalności tych umów. Te przedmioty leasingu są istotne z punktu widzenia Grupy, ponieważ stanowią nieodłączny element działalności logistycznej. Ponadto oczekuje się, że w nadchodzących okresach liczba leasingowanych lokalizacji znacznie wzrośnie, ze względu na dalszą rozbudowę sieci logistycznej Grupy, co stwarza ekonomiczną zachętę do niewypowiadania istniejących umów leasingowych.

Grupa rozważyła wszystkie istotne fakty i okoliczności, które stwarzają ekonomiczną zachętę zarówno dla leasingobiorcy jak i leasingodawcy do nieskorzystania z opcji wcześniejszego zakończenia umowy i zdecydowała się na ujęcie tego typu umów przy założeniu okresu 5 lat, który jest nie dłuższy niż okres wykonalności i nie jest krótszy niż nieodwołalny okres leasingu.

## 23. Podatek odroczony

Podatek odroczony ujmowany jest w odniesieniu do różnic przejściowych pomiędzy wartością podatkową aktywów i zobowiązań a ich wartością bilansową wykazaną w Skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym. Odroczony podatek dochodowy nie jest jednak ujmowany, jeżeli powstaje w wyniku początkowego ujęcia wartości firmy lub początkowego ujęcia składnika aktywów bądź zobowiązania przy transakcji, która nie stanowi połączenia jednostek i w chwili jej zawierania nie ma wpływu ani na dochód do opodatkowania, ani na stratę podatkową. Odroczony podatek dochodowy ustala się przy zastosowaniu obowiązujących prawnie lub faktycznie na dzień kończący okres sprawozdawczy stawek (i przepisów) podatkowych, które zgodnie z oczekiwaniami będą obowiązywać w momencie realizacji odnośnych aktywów z tytułu odroczonego podatku dochodowego lub uregulowania rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego.

Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego ujmowane są również w odniesieniu do niewykorzystanych strat podatkowych i ujmuje się je tylko wtedy, gdy prawdopodobne jest, że w przyszłości powstanie dochód do opodatkowania, który pozwoli na wykorzystanie różnic przejściowych lub ulg podatkowych dotyczących tego samego rodzaju podatku.

Aktywa i rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego są kompensowane, jeżeli Spółka posiada możliwy do wyegzekwowania tytuł prawny do skompensowania należności i zobowiązań z tytułu bieżącego podatku dochodowego oraz jeżeli aktywa i rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego dotyczą podatków dochodowych nakładanych przez ten sam organ podatkowy na tę samą jednostkę podlegającą opodatkowaniu.

### 23.1. Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego

Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego na dzień bilansowy składały się z różnic przejściowych z tytułu następujących pozycji:

	31.12.2021	31.12.2020
Rozliczenia międzyokresowe kosztów	87 826	54 959
Zobowiązania wobec pracowników	24 216	32 469
Zabezpieczenia przepływów pieniężnych	2 396	—
Utrata wartości należności handlowych	14 539	9 285
Pozostałe pozycje	20 941	13 220
<b>Razem aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego</b>	<b>149 918</b>	<b>109 933</b>
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego zgodnie z zasadami kompensowania	(145 339)	(109 652)
<b>Aktywa netto z tytułu odroczonego podatku dochodowego</b>	<b>4 579</b>	<b>281</b>

	Rozliczenia międzyokresowe kosztów	Zobowiązania wobec pracowników	Inne	Kompensata	Razem
<b>Stan na 01.01.2021</b>	<b>54 959</b>	<b>32 468</b>	<b>22 507</b>	<b>(109 652)</b>	<b>281</b>
Ujęte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych	—	—	292	—	292
(Obciążenie)/uznanie wyniku finansowego	32 867	(8 252)	12 477	(35 687)	1 405
(Obciążenie)/uznanie innych całkowitych dochodów	—	—	2 601	—	2 601
<b>Stan na 31.12.2021</b>	<b>87 826</b>	<b>24 215</b>	<b>37 876</b>	<b>(145 339)</b>	<b>4 579</b>

	Rozliczenia międzyokresowe kosztów	Zobowiązania wobec pracowników	Inne	Kompensata	Razem
<b>Stan na 01.01.2020</b>	<b>28 445</b>	<b>14 817</b>	<b>25 451</b>	<b>(59 001)</b>	<b>9 712</b>
(Obciążenie)/uznanie wyniku finansowego	26 514	17 651	4 207	(50 651)	(2 279)
(Obciążenie)/uznanie innych całkowitych dochodów	—	—	(7 152)	—	(7 152)
<b>Stan na 31.12.2020</b>	<b>54 959</b>	<b>32 468</b>	<b>22 507</b>	<b>(109 652)</b>	<b>281</b>

W 2021 roku Grupa ujęła aktywa z podatku odroczonego od warunkowego kontraktu forward w wysokości 2 396 PLN oraz rezerwę z podatku odroczonego od kontraktów na swapy stóp procentowych („IRS”) w wysokości 54 119 PLN. W 2020 roku nie ujęto aktywów z tytułu odroczonego podatku dochodowego w odniesieniu do nierozpoznanych strat na kontraktach zabezpieczających przepływy pieniężne, ponieważ uznano, że nie jest prawdą podobne, że jednostka zależna, w której występują takie kontrakty, wygeneruje w przyszłości zyski wystarczające do odzyskania tych strat.

W 2021 roku spółka Allegro Pay ujęła składnik aktywów z tytułu podatku odroczonego od straty podatkowej z lat ubiegłych w kwocie 2 834 PLN. W oparciu o przeprowadzoną analizę jednostka doszła do wniosku, że przyszły dochód do opodatkowania pozwoli na wykorzystanie straty podatkowej w całości.

## 23.2. Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego

Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego na dzień bilansowy obejmowała różnice przejściowe z tytułu następujących pozycji:

	31.12.2021	31.12.2020
Wartości niematerialne i prawne (korekta wartości godziwej z tytułu połączenia jednostek)	652 923	665 658
Kapitał rezerwow y z wyceny zabezpieczeń	54 119	—
Wycena pożyczki	18 407	6 080
Rzeczowe aktywa trwałe	9 075	5 237
Pozostałe pozycje	19 613	11 755
<b>Razem rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego</b>	<b>754 137</b>	<b>688 730</b>
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego zgodnie z zasadami kompensowania	(145 340)	(109 652)
<b>Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego netto</b>	<b>608 797</b>	<b>579 078</b>

	Ujęcie wartości niematerialnych i prawnych w ramach połączenia jednostek gospodarczych	Wycena pożyczki, Rzeczowe aktywa trwałe i inne pozycje	Kompensata	Razem
<b>Stan na 01.01.2021</b>	<b>665 658</b>	<b>23 072</b>	<b>(109 652)</b>	<b>579 078</b>
Ujęte z tytułu połączenia jednostek gospodarczych	19	—	—	19
Obciążenie/(uznanie) zysku lub straty	(12 754)	24 023	(35 688)	(24 419)
(Obciążenie)/uznanie innych całkowitych dochodów	—	54 119	—	54 119
<b>Stan na 31.12.2021</b>	<b>652 923</b>	<b>101 214</b>	<b>(145 340)</b>	<b>608 797</b>

	Ujęcie wartości niematerialnych i prawnych w ramach połączenia jednostek gospodarczych	Wycena pożyczki, Rzeczowe aktywa trwałe i inne pozycje	Kompensata	Razem
<b>Stan na 01.01.2020</b>	<b>687 760</b>	<b>14 749</b>	<b>(59 001)</b>	<b>643 508</b>
Ujęte z tytułu połączenia jednostek gospodarczych	687	—	—	687
Obciążenie/(uznanie) zysku lub straty	(22 789)	8 323	(50 651)	(65 117)
<b>Stan na 31.12.2020</b>	<b>665 658</b>	<b>23 072</b>	<b>(109 652)</b>	<b>579 078</b>

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

## 22.3 Odroczony podatek dochodowy

Kalkulacja odroczonego podatku dochodowego opiera się na najlepszych szacunkach Grupy. Grupa zamierza kontynuować analizę pozycji odroczonego podatku dochodowego Grupy na każdy przyszły dzień bilansowy.

Zestawienie aktywów i rezerw z tytułu odroczonego podatku dochodowego przedstawia się następująco:

	31.12.2021	31.12.2020
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	149 919	109 933
– długoterminowe	14 403	13 525
– krótkoterminowe	135 516	96 408
Kompensata	(145 340)	(109 652)
<b>Razem</b>	<b>4 579</b>	<b>281</b>

	31.12.2021	31.12.2020
Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	754 137	688 730
– długoterminowe	666 586	610 240
– krótkoterminowe	87 551	78 490
Kompensata	(145 340)	(109 652)
<b>Razem</b>	<b>608 797</b>	<b>579 078</b>

## 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.

Jeśli pracownik wykonywał pracę na rzecz Grupy w ciągu okresu obrotowego, Grupa ujmuje szacowaną niezdykontowaną wartość krótkoterminowych świadczeń, które zostaną wypłacone w zamian za tę pracę jako zobowiązanie, po potrąceniu wszelkich kwot już zapłaconych oraz kosztów.

Krótkoterminowe zobowiązania wobec pracowników w formie wypłat premii są ujmowane, gdy spełnione zostały następujące warunki:

- na Grupie ciąży obecne prawne lub zwyczajowo oczekiwane zobowiązanie do dokonania wypłat z wyniku zdarzeń przeszłych; oraz
- można dokonać wiarygodnego oszacowania tego zobowiązania.

W przypadku świadczeń z tytułu płatnych nieobecności, zobowiązania wobec pracowników ujmowane są z tytułu skumulowanych płatnych nieobecności (np. niewykorzystane urlopy) w miarę wykonywania pracy, która zwiększa uprawnienia do przyszłych płatnych nieobecności. W przypadku niekumulujących się płatnych nieobecności (np. zwolnienia chorobowe) świadczenia ujmuje się z chwilą ich wystąpienia.

Świadczenia pracownicze z tytułu płatnych nieobecności oraz świadczenia z tytułu premii nie spełniają definicji rezerw w świetle MSSF i prezentowane są jako zobowiązania krótkoterminowe w sprawozdaniu z sytuacji finansowej w pozycji zobowiązań handlowych oraz pozostałych zobowiązań.

### KRÓTKOTERMINOWE ZOBOWIĄZANIA WOBEC PRACOWNIKÓW

Zasady rachunkowości dotyczące krótkoterminowych zobowiązań wobec pracowników nie wymagają stosowania założeń aktuarialnych do ustalenia wysokości zobowiązań czy kosztów i nie stwarzają możliwości powstania zysku lub straty aktuarialnej. Ponadto krótkoterminowe zobowiązania wobec pracowników ustala się bez dyskonta.

## PROGRAM OKREŚLONYCH SKŁADEK – ZUS (SKŁADKI NA UBEZPIECZENIA EMERYTALNE I RENTOWE)

Zgodnie z obowiązującymi przepisami Grupa odpro-wadza składki emerytalne i rentowe uzależnione od wynagrodzenia brutto za każdego zatrudnionego pracownika do Zakładu Ubezpieczeń Społecznych („program państwowy”). Grupa jest zobowiązana do przekazywania składek w terminie płatności jedynie w okresie zatrudnienia pracownika. Na Grupie nie ciąży prawne ani zwyczajowo oczekiwane zobowiązanie do wypłaty przyszłych świadczeń. Jeśli Grupa przestanie zatrudniać osoby uczestniczące w programie państwowym, to nie ma obowiązku wypłaty świadczeń wypracowanych przez jej własnych pracowników w poprzednich latach. Z tego względu program państwowy jest programem określonych składek.

Zobowiązanie Grupy z tytułu tych programów za każdy okres 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 aktuarusza. Naliczone zobowiązania są równe zdyskontowanym płatnościom, które mają zostać dokonane w przyszłości, z uwzględnieniem rotacji zatrudnienia i dotyczą okresu do dnia kończącego okres sprawozdawczy. Grupa nie finansuje tego programu, dlatego też nie ma żadnych istniejących aktywów programu.

Grupa ujmuje zyski/straty aktuarialne w innych całkowitych dochodach.

## PRACOWNICZE PLANY KAPITAŁOWE

Pracownicze Plany Kapitałowe („PPK”) zostały wprowadzone nowymi przepisami obowiązującymi od 1 stycznia 2019 r., zgodnie z którymi pracodawcy są zobowiązani do wprowadzenia w swojej organizacji pracowniczych planów kapitałowych. Pracownicze Plany Kapitałowe stanowią nową formę oszczędzania w ramach systemu emerytalnego. Wpłata podstawowa finansowana przez pracownika wynosi 2% wynagrodzenia brutto. Z kolei pracodawca dokonuje wpłaty w wysokości 1,5% obowiązkowej składki pracownika oraz może też przekazywać dobrowolną wpłatę dodatkową w wysokości do 2,5% wynagrodzenia. Ten obowiązek dotyczą tylko tych pracowników, którzy nie zrezygnowali z PPK. Zobowiązanie z tytułu pracowniczych programów kapitałowych na dzień 31 grudnia 2021 r. wynosiło 1 238 PLN, a na 31 grudnia 2020 r. – 1 048 PLN. Było ujmowane w pozycji zobowiązań handlowych oraz pozostałych zobowiązań.

## DŁUGOTERMINOWY PROGRAM MOTYWACYJNY

Długoterminowy program motywacyjny („LTI”) był formą premii uznaniowej przyznawanej kluczowym członkom Rady Dyrektorów i wybranym menedżerom w Grupie. Premia nabywana była z upływem czasu i została wypłacona jednorazowo, a jej wartość ustalana była na podstawie wyników finansowych Grupy i wyników osobistych 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 na zobowiązania z tytułu programu LTI tworzona była proporcjonalnie do upływu czasu i ujawniana w Skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym w pozycji zobowiązań wobec pracowników. Po IPO Grupy w październiku 2020 r. prawa do premii LTI zostały w całości nabyte i premia została wypłacona w całości 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 podmiotu, lub w zamian za płatności gotówkowe bazujące na wartości godziwej instrumentów kapitałowych podmiotu, chyba że transakcja ta w oczywisty sposób służy innemu celowi niż płatność za towary lub usługi dostarczone otrzymującemu je podmiotowi. Zgodnie z MSSF 2 Grupa Allegro.eu rozróżnia pomiędzy programami rozliczanymi w instrumentach kapitałowych a programami rozliczanymi w środkach pieniężnych. Korzyści finansowe z tytułu programów rozliczanych w instrumentach kapitałowych rozliczane są przez cały oczekiwany okres nabywania uprawnień i odnoszone na kapitał własny od daty rozpoczęcia świadczenia pracy, która może być wcześniejsza niż dzień przyznania. Dla płatności w formie akcji rozliczanych w instrumentach kapitałowych, wartość przyznanych instrumentów ustalana jest na dzień przyznania i aktualizowana w okresie od dnia rozpoczęcia świadczenia pracy do dnia przyznania. Warunek nabycia uprawnień z tytułu świadczenia pracy oraz warunki dotyczące wyników nierynkowych są uwzględniane przy obliczaniu liczby nagród, do których zostaną nabyte uprawnienia. Koszty z tytułu programów rozliczanych w środkach pieniężnych także rozliczane przez cały oczekiwany okres nabywania uprawnień, ale odnoszone są na zobowiązania. Opis istniejącego Programu Motywacyjnego Allegro Incentive Plan rozliczanego w instrumentach kapitałowych oraz zakończonego Programu Inwestycyjnego dla Kierownictwa przedstawiono w Nocie 28.3.



## 24.1 Zmiany stanu zobowiązań wobec pracowników

Wystąpiły następujące zmiany zobowiązań wobec pracowników:

	01.01.2020	Zwiększenie	Rozwiązanie	Wykorzystanie	31.12.2020	Zwiększenie	Rozwiązanie	Wykorzystanie	31.12.2021
Pracowniczy program motywacyjny (LTI)	19 111	5 752	(24 863)	—	—	2 073	—	—	2 073
Rezerwa na świadczenia emerytalne i rentowe	3 451	1 919	—	—	5 370	2 326	—	—	7 696
<b>Długoterminowe zobowiązania wobec pracowników</b>	<b>22 562</b>	<b>7 671</b>	<b>(24 863)</b>	<b>—</b>	<b>5 370</b>	<b>4 399</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>9 769</b>
Rezerwa na wypłatę premii	47 628	120 389	(4 809)	(59 708)	103 499	97 232	—	(122 648)	78 083
Pracowniczy program motywacyjny (LTI)	—	24 863	—	—	24 863	—	—	(24 863)	—
Rezerwa na niewykorzystane urlopy	11 428	12 515	—	(4 982)	18 960	19 448	—	(13 804)	24 605
Rezerwa na świadczenia emerytalne i rentowe	31	17	—	—	48	25	—	—	73
Inne	528	1 031	—	—	1 559	—	(712)	—	847
<b>Krótkoterminowe zobowiązania wobec pracowników</b>	<b>59 615</b>	<b>158 814</b>	<b>(4 809)</b>	<b>(64 690)</b>	<b>148 928</b>	<b>116 705</b>	<b>(712)</b>	<b>(161 315)</b>	<b>103 608</b>
<b>Razem</b>	<b>82 177</b>	<b>166 486</b>	<b>(29 672)</b>	<b>(64 690)</b>	<b>154 298</b>	<b>121 104</b>	<b>(712)</b>	<b>(161 315)</b>	<b>113 377</b>

## 25. Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania

Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania na dzień bilansowy obejmowały:

	Nota	31.12.2021	31.12.2020
Zobowiązania handlowe		581 469	342 861
Zobowiązania z tytułu umów z klientami i zwrotów	9.3/9.4	157 649	115 399
Zobowiązania z tytułu VAT		81 454	73 448
Nabycie aktywów niefinansowych		39 116	2 475
Ubezpieczenia społeczne i inne zobowiązania podatkowe		19 976	13 695
Pozostałe zobowiązania		24 091	9 751
<b>Razem</b>		<b>903 755</b>	<b>557 629</b>

Zobowiązania handlowe regulowane są zazwyczaj w terminie 30 dni od ich ujęcia. Wartość godziwa zobowiązań handlowych oraz pozostałych zobowiązań jest uznawana za taką samą jak ich wartość bilansowa z uwagi na ich krótkoterminowy charakter.

### 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 płatne są zazwyczaj w terminie 30 dni od ich ujęcia. Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania prezentowane są jako zobowiązania krótkoterminowe, chyba że płatność staje się wymagalna po 12 miesiącach od zakończenia okresu sprawozdawczego. Ujmowane są one początkowo w wartości godziwej, a następnie wyceniane według zamortyzowanego kosztu przy zastosowaniu metody efektywnej stopy procentowej.

## 26. Pochodne instrumenty finansowe

Grupa zdecydowała się wyłączyć pochodne instrumenty finansowe z pozostałych aktywów i zobowiązań finansowych i zaprezentować je jako oddzielną pozycję w Sprawozdaniu z sytuacji finansowej.

Instrumenty pochodne wyznaczone jako instrumenty zabezpieczające są początkowo ujmowane w wartości godziwej w dniu zawarcia kontraktu pochodnego, a następnie wycena jest aktualizowana do obecnej wartości godziwej. Instrumenty pochodne wykorzystywane są przez Grupę wyłącznie jako instrumenty zabezpieczające,

a nie spekulacyjne. Jeżeli jednak instrumenty pochodne nie spełniają kryteriów rachunkowości zabezpieczeń, to są one klasyfikowane jako „przeznaczone do obrotu” dla celów księgowych i ujmowane w wartości godziwej przez wynik finansowy.

Efektywność wszystkich istniejących zabezpieczeń przepływów pieniężnych została sprawdzona i zostały one uznane za w 100% efektywne. W związku z tym wszystkie zmiany zostały ujęte w Innych całkowitych dochodach.

### SWAPY STÓP PROCENTOWYCH

W związku z pozostającymi do spłaty Kredytami nadzrędnymi, które są oprocentowane według zmiennej stopy procentowej, Grupa zawarła następujące umowy Swapów stóp procentowych w celu ustalenia części

ekspozycji na ryzyko stopy procentowej, które pozostawały otwarte na dzień 31 grudnia 2021 r. i na dzień 31 grudnia 2020 r:

#### Stan na 31.12.2021

Data zawarcia	Termin rozpoczęcia	Termin zakończenia	Kwota referencyjna	Stopa swapowa
30.11.2020	31.12.2020	30.06.2022	2 041 000	Wibor 3M fixed rate — 2,3050%
16.12.2020	30.06.2022	28.06.2024	750 000	Wibor 3M fixed rate — 0,7075%
18.12.2020	31.12.2020	30.06.2022	862 000	Wibor 3M fixed rate — 1,6150%
22.12.2020	30.06.2022	28.06.2024	1 200 000	Wibor 3M fixed rate — 0,6225%
22.12.2020	30.06.2022	28.06.2024	800 000	Wibor 3M fixed rate — 0,6150%
02.11.2021	31.12.2021	30.06.2024	1 375 000	Wibor 3M fixed rate — 2,6720%

#### Stan na 31.12.2020

Data zawarcia	Termin rozpoczęcia	Termin zakończenia	Kwota referencyjna	Stopa swapowa
30.11.2020	31.12.2020	30.06.2022	2 156 750	Wibor 3M fixed rate — 2,3050%
16.12.2020	30.06.2022	28.06.2024	750 000	Wibor 3M fixed rate — 0,7075%
18.12.2020	31.12.2020	30.06.2022	919 116	Wibor 3M fixed rate — 1,6150%
22.12.2020	30.06.2022	28.06.2024	1 200 000	Wibor 3M fixed rate — 0,6225%
22.12.2020	30.06.2022	28.06.2024	800 000	Wibor 3M fixed rate — 0,6150%

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu zgodna z wymogami ESEF i dostępna na stronie [www.allegro.eu](http://www.allegro.eu) jest jedyłą wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążącą jest angielska wersja językowa.

Przy wyznaczaniu wartości godziwej swapów stóp procentowych Grupa stosuje metodę wartości bieżącej przyszłych przepływów pieniężnych na podstawie krzywych stóp procentowych. Na dzień 31 grudnia 2021 r. 3-miesięczna stopa WIBOR (WIBOR 3M) wzrosła o 233 p.b. od 31 grudnia 2020 roku, powodując znaczny wzrost aktywów z tytułu swapów stóp procentowych.

### WARUNKOWY WALUTOWY KONTRAKT TERMINOWY FORWARD

W dniu 4 listopada 2021 r. spółka Allegro.pl sp. z o.o. zawarła umowę sprzedaży udziałów dotyczącą potencjalnego przejęcia grupy kapitałowej Mall Group a.s. i spółki logistycznej WE|DO CZ s.r.o. Finalizacja transakcji ma nastąpić w 2022 roku po uzyskaniu wszystkich niezbędnych zgód organów regulacyjnych. Przejęcia zostaną dokonane za łączną kwotę 881 000 EUR, stanowiącą połączenie środków pieniężnych i akcji. Ponieważ Grupa Allegro generuje 100% strumieni przychodów w PLN, komponent środków pieniężnych jest narażony na zmienność kursów walutowych w miesiącach poprzedzających zamknięcie transakcji przejęcia.

Aby zminimalizować tę ekspozycję, 10 listopada Grupa zawarła umowę typu Deal Contingent FX Forward. Wartość referencyjna zabezpieczenia w wysokości 474 milionów EUR jest równa gotówkowemu składnikowi wynagrodzenia. Termin zapadalności kontraktu przypada na 31 marca 2023 r. Grupa zastosowała rachunkowość zabezpieczeń przepływów pieniężnych w celu zabezpieczenia wysoce prawdopodobnej przyszłej transakcji (nabycie Mall Group a.s. i WE|DO CZ s.r.o.) za pomocą instrumentu zabezpieczającego Deal Contingent FX Forward (instrument zabezpieczający). Jeśli transakcja nie dojdzie do skutku, kontrakt wygaśnie niewykonany bez żadnych opłat.

Pozycja bilansu	31.12.2021		31.12.2020	
	Swap stóp procentowych	Warunkowy kontrakt forward	Swap stóp procentowych	Warunkowy kontrakt forward
Aktywa finansowe będące instrumentami pochodnymi – długoterminowe	203 027	—	—	—
Aktywa finansowe będące instrumentami pochodnymi – krótkoterminowe	13 968	—	—	—
Zobowiązania finansowe będące instrumentami pochodnymi – długoterminowe	—	—	97 298	—
Zobowiązania finansowe będące instrumentami pochodnymi – krótkoterminowe	—	12 610	—	—
<b>RAZEM</b>	<b>216 995</b>	<b>12 610</b>	<b>97 298</b>	<b>—</b>

### ZABEZPIECZENIA PRZEPLÝWÓW PIENIĘŻNYCH

Grupa przyjęła zasady rachunkowości dla transakcji zabezpieczających przepływy pieniężne, w celu ograniczenia potencjalnego negatywnego wpływu zmian stóp procentowych (swap) oraz zmian kursu EUR/PLN (warunkowy kontrakt walutowy forward) na wyniki finansowe Grupy. Kwoty nominalne i terminy wymagalności instrumentów zabezpieczających przedstawione zostały w powyższych tabelach.

Efektywną część zmian wartości godziwej instrumentów pochodnych wyznaczonych i kwalifikujących się jako zabezpieczenia przepływów pieniężnych ujmuje się w innych całkowitych dochodach. Zysk lub stratę dotyczącą części nieefektywnej wykazuje się w rachunku zysków i strat.

Gdy instrument zabezpieczający wygasa lub zostaje sprzedany lub gdy zabezpieczenie przestało spełniać warunki rachunkowości zabezpieczeń, to skumulowany zysk lub strata z tytułu instrumentu zabezpieczającego, ujęty w danym momencie w innych całkowitych dochodach pozostaje w kapitale własnym i odnoszony jest do rachunku zysków i strat w momencie realizacji planowanej transakcji. Jeżeli Grupa przestaje oczekiwać, że planowana transakcja nastąpi, wówczas skumulowany zysk lub strata ujęty w innych całkowitych dochodach przenoszony jest do rachunku zysków i strat.

W odniesieniu do warunkowego walutowego kontraktu terminowego forward, jeżeli planowana transakcja połączenia jednostek gospodarczych nie zostanie zrealizowana, skumulowane zyski lub straty ujęte w innych całkowitych dochodach nie podlegają przeklasyfikowaniu do wyniku finansowego. Grupa uważa to za mało prawdopodobne.

Wartość godziwa swapów stóp procentowych, stosowanych jako zabezpieczenie przepływów pieniężnych, przedstawiona jest w niniejszej notce. 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 swapów stóp procentowych oblicza się poprzez zdyskontowanie przyszłych przepływów pieniężnych zarówno z tytułu płatności odsetek o stałej, jak i zmiennej stopie. Dane wejściowe wykorzystywane przy ustalaniu wartości godziwej zaliczane są do Poziomu 2 hierarchii wartości godziwej (obserwowalne, bezpośrednio lub pośrednio, dane wejściowe dla aktywów lub zobowiązań inne niż ceny pochodzące z aktywnego rynku dla identycznych aktywów lub zobowiązań). Te dane wejściowe obejmują stałą stopę procentową, stopę dyskontową oraz krzywą dochodowości.

Wartość godziwa warunkowego walutowego kontraktu forward jest obliczana na podstawie oczekiwanych kursów walutowych i prawdopodobieństwa finalizacji transakcji połączenia jednostek gospodarczych w poszczególnych datach.

## NIEEFEKTYWNOŚĆ ZABEZPIECZEŃ

Efektywność zabezpieczenia ustalana jest na początku powiązania zabezpieczającego, oraz poprzez okresowe oceny efektywności, aby zapewnić, że istnieje powiązanie ekonomiczne pomiędzy zabezpieczaną pozycją a instrumentem zabezpieczającym.

Grupa zawiera swapy stóp procentowych, które mają podobne warunki kluczowe jak pozycja zabezpieczana, takie jak stopa referencyjna, daty aktualizacji, daty płatności, terminy zapadalności i kwota referencyjna, dlatego istnieje wyraźny związek ekonomiczny między pozycją zabezpieczaną (pożyczki o zmiennym oprocentowaniu) i instrumentami zabezpieczającymi (IRS). Grupa nie zabezpiecza 100% swoich pożyczek, w związku z czym pozycja zabezpieczona identyfikowana jest jako proporcja udzielonych pożyczek do poziomu kwoty referencyjnej swapów. Dla każdego IRS wyznaczone jest oddzielne powiązanie zabezpieczające, przy czym wskaźnik zabezpieczenia wynosi 100%. Źródłem nieefektywności mogą być zmiany ryzyka kredytowego kontrahenta lub zmiany w terminach przepływów pieniężnych. Jako że wszystkie krytyczne warunki w ciągu roku były dopasowane, powiązanie ekonomiczne było w 100% efektywne.

W odniesieniu do warunkowego walutowego kontraktu terminowego forward Grupa stosuje rachunkowość zabezpieczeń przepływów pieniężnych, ponieważ istnieje wyraźny związek ekonomiczny między pozycją zabezpieczaną (płatność w walucie obcej) a instrumentem zabezpieczającym, a wskaźnik zabezpieczenia wynosi 100%. Zabezpieczenie jest wysoce efektywne, a źródłem nieefektywności mogą być zmiany ryzyka kredytowego kontrahenta.

Ewentualna niewielka nieefektywność w stosunku do warunkowego walutowego kontraktu terminowego forward może być spowodowana zmianą ryzyka kredytowego Spółki lub kontrahenta bankowego instrumentu pochodnego.

Wartość netto kontraktów swap na dzień 31 grudnia 2021 wynosi 216 995 PLN i jest zaprezentowana jako aktywa finansowe będące instrumentami pochodnymi. Kapitał rezerwy z wyceny zabezpieczeń przepływów pieniężnych z tego tytułu wyniósł 156 423 PLN i jest skorygowany o wartość zobowiązania z tytułu odroczonego podatku dochodowego w kwocie 54 118 PLN. Zyski z tytułu zabezpieczenia rozpoznane w ramach kapitału rezerwowego z wyceny zabezpieczeń przepływów pieniężnych wniosły 251 097 i są równe zmianie wartości godziwej kontraktów swap, a więc nie rozpoznano żadnych nieefektywności.

Wartość netto kontraktu forward na dzień 31 grudnia 2021 wynosi 12 610 PLN i jest zaprezentowana jako zobowiązania finansowe będące instrumentami pochodnymi. Kapitał rezerwy z wyceny zabezpieczeń przepływów pieniężnych z tego tytułu wyniósł 10 214 PLN i jest skorygowany o wartość rozpoznanego aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego w kwocie 2 396 PLN. Zyski z tytułu zabezpieczenia rozpoznane w ramach kapitału rezerwowego z wyceny zabezpieczeń przepływów pieniężnych wniosły 251 097 i są równe zmianie wartości godziwej kontraktu forward, a więc nie rozpoznano żadnych nieefektywności.



## 27. Aktywa i zobowiązania finansowe

### KLASYFIKACJA I WYCENA

Zgodnie z MSSF 9 Grupa klasyfikuje aktywa finansowe jako: wyceniane w wartości godziwej lub wyceniane według zamortyzowanego kosztu. Klasyfikacja dokonywana jest w momencie początkowego ujęcia i zależy od przyjętego przez Grupę modelu zarządzania instrumentami finansowymi oraz charakterystyki umownych przepływów pieniężnych z tych instrumentów.

W 2021 i 2020 roku wszystkie aktywa i zobowiązania finansowe, z wyjątkiem instrumentów pochodnych, były początkowo ujmowane w wartości godziwej z uwzględnieniem kosztów transakcyjnych a po początkowym ujęciu według zamortyzowanego kosztu.

Grupa stosuje rachunkowość zabezpieczeń i klasyfikuje te zobowiązania finansowe jako zabezpieczenia przepływów pieniężnych zgodnie z MSSF 9.

Grupa posiada następujące instrumenty finansowe:

	Nota	31.12.2021	31.12.2020
<b>Aktywa finansowe wyceniane według zamortyzowanego kosztu</b>		<b>3 142 360</b>	<b>1 882 513</b>
Pożyczki konsumenckie	18	358 785	51 972
Należności handlowe oraz pozostałe należności*	16	805 024	640 333
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	19	1 957 241	1 185 060
Środki pieniężne o ograniczonej możliwości dysponowania	20	14 240	—
Inwestycje		360	360
Pozostałe aktywa finansowe		6 710	4 788
<b>Pochodne instrumenty finansowe</b>		<b>216 995</b>	<b>—</b>
Pochodne instrumenty finansowe (zabezpieczenia przepływów pieniężnych)	26	216 995	—

\* z wyłączeniem rozliczeń podatkowych

	Nota	31.12.2021	31.12.2020
<b>Zobowiązania wyceniane według zamortyzowanego kosztu</b>		<b>6 323 707</b>	<b>5 920 493</b>
Zobowiązania handlowe oraz pozostałe zobowiązania**	25	701 374	405 534
Kredyty i pożyczki	21	5 366 298	5 437 800
Zobowiązania leasingowe (poza zakresem MSSF 9)	22	251 142	73 266
Zobowiązania związane z połączeniem jednostek gospodarczych		4 893	3 893
<b>Pochodne instrumenty zabezpieczające</b>		<b>12 610</b>	<b>97 298</b>
Pochodne instrumenty finansowe (zabezpieczenia przepływów pieniężnych)	26	12 610	97 298

\*\* z wyłączeniem przychodów przyszłych okresów i rozliczeń podatkowych

Zamortyzowany koszt składnika aktywów finansowych lub zobowiązania finansowego jest definiowany jako kwota, po której zobowiązanie finansowe jest wyceniane w momencie początkowego ujęcia pomniejszona o spłaty kapitału, plus/minus skumulowana amortyzacja przy użyciu metody efektywnej stopy procentowej wszelkich różnic między tą początkową kwotą a kwotą w momencie wymagalności oraz, w przypadku aktywów finansowych, skorygowana o wszelkie odpisy aktualizujące.

Grupa zaprzestaje ujmowania składnika aktywów finansowych gdy wygasają umowne prawa do przepływów pieniężnych ze składnika aktywów finansowych lub gdy przenosi składnik aktywów finansowych, a przeniesienie spełnia warunki zaprzestania ujmowania. Przeniesienie składnika aktywów finansowych występuje, gdy przeniesione zostają prawa do przepływów finansowych lub prawa do przepływów finansowych zostają zachowane, lecz podmiot zawiera porozumienie o przekazywaniu przepływów („pass-through arrangement”) spełniające kryteria wskazane w MSSF 9. W związku z tym zaprzestanie ujmowania nie ogranicza się do przypadków przeniesienia praw do przepływów pieniężnych, ale związane jest z szerszym pojęciem „przeniesienia składnika aktywów finansowych”.

Grupa przenosi składnik aktywów finansowych jeżeli przenosi umowne prawa do otrzymania przepływów pieniężnych ze składnika aktywów finansowych lub jeżeli zachowuje umowne prawa do otrzymywania przepływów pieniężnych ze składnika aktywów finansowych, ale przyjmuje na siebie umowny obowiązek przekazania przepływów pieniężnych jednemu odbiorcy lub większej ich liczbie.

Grupa przestaje ujmować zobowiązania finansowe, gdy zostaną wypelnione, anulowane lub wygasną. Grupa przestaje ujmować zobowiązanie finansowe także wtedy, gdy jego warunki ulegną zmianie, a przepływy pieniężne zmodyfikowanego zobowiązania są zasadniczo różne, w którym to przypadku nowe zobowiązanie finansowe oparte na zmodyfikowanych warunkach jest ujmowane w wartości godziwej.

### KOMPENSOWANIE AKTYWÓW I ZOBOWIĄZAŃ FINANSOWYCH

Aktywa i zobowiązania finansowe kompensuje się i wykazuje w sprawozdaniu z sytuacji finansowej w kwocie netto, tylko jeżeli Grupa posiada prawnie egzekwowalny tytuł prawny do kompensowania ujętych kwot i zamierza rozliczyć je w kwocie netto lub równocześnie zrealizować składnik aktywów i uregulować zobowiązanie.

### UTRATA WARTOŚCI AKTYWÓW FINANSOWYCH

Polityka Grupy w zakresie utraty wartości aktywów finansowych jest zgodna z wymogami MSSF 9, który wymaga oszacowania oczekiwanej straty, niezależnie od tego czy wystąpiły, czy też nie przesłanki do dokonania takiego odpisu. Standard przewiduje klasyfikację aktywów finansowych w podziale na 3 koszyki, w zależności od utraty wartości:

- koszyk pierwszy – salda dla których nie nastąpił znaczny wzrost ryzyka kredytowego od momentu początkowego ujęcia, dla których oczekiwaną stratę ustala się w oparciu o prawdopodobieństwo niewykonania zobowiązania w ciągu 12 miesięcy;
- koszyk drugi – salda dla których nastąpił znaczny wzrost ryzyka kredytowego od momentu początkowego ujęcia, dla których oczekiwaną stratę ustala się w oparciu o prawdopodobieństwo niewykonania zobowiązania w całym okresie kredytowania;
- koszyk trzeci – salda ze stwierdzoną utratą wartości.

Dla należności handlowych Grupa stosuje uproszczony model, opisany w Nocie 31.

# Nota do Skonsolidowanego Sprawozdania ze zmian w kapitale własnym

## 28. Kapitał własny

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 kapitale z emisji udziałów powyżej ich wartości nominalnej Jednostki Dominującej. Kapitał został pierwotnie wyemitowany w euro, które było początkowo walutą funkcjonalną Jednostki Dominującej do końca września 2020 r.

Grupa wyemitowała różne klasy zarówno udziałów zwykłych jak i uprzywilejowanych. Udziały zwykłe subskrybenta dawały prawo do zwrotu na poziomie 11% wartości nominalnej udziałów zwykłych subskrybenta wyemitowanych przez Spółkę, która to kwota miała zostać wypłacona 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 Kadrze Kierowniczej oraz innym wybranym członkom kierownictwa przy zdefiniowanym okresie nabycia uprawnień. 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 kapitału z emisji udziałów powyżej ich wartości nominalnej dla udziałów uprzywilejowanych.

W dniu 15 grudnia 2017 r. Udziałowcy podjęli decyzję o wypłacie łącznej kwoty 46 332 907 PLN z kapitału z emisji udziałów powyżej ich wartości nominalnej dla udziałów uprzywilejowanych serii 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 wysokości 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 z emisji udziałów powyżej ich wartości nominalnej o kwotę 2 280 918 160 PLN. Wpływ środków związany z obniżeniem kapitału został sfinansowany wpływami z podwyższonych kredytów nadrzędnych 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 EUR) każdy.

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. Akcje Jednostki Dominującej zostały wprowadzone do obrotu, w związku z czym zmiana waluty na polskie złote umożliwiła obrót akcjami zwykłymi.

Po zmianie waluty funkcjonalnej na PLN, kapitał zakładowy wynosił 468 412 PLN. Walne zgromadzenie akcjonariuszy podjęło uchwałę w sprawie utworzenia jednej nowej klasy akcji („Nowe Akcje Zwykłe”) i konwersji wszystkich istniejących akcji 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.

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.

Rodzaj	Przed konwersją	Mnożnik	Po konwersji AKCJE ZWYKŁE
Akcje zwykłe subskrybentów	5 000 000	0,0001	605
Akcje Serii A1	434 804 791	0,8179	355 624 294
Akcje Serii A2	434 804 789	0,8179	355 628 890
Akcje Serii B1	23 514 029	0,9922	23 330 750
Akcje Serii B2	23 514 024	0,9922	23 330 996
Akcje Serii C1	5	56 894	284 468
Akcje Serii C2	23 923 440	0,8150	19 496 576
Akcje Uprzywilejowane Serii D3	4 692 359 731	0,0310	145 647 454
Akcje Uprzywilejowane Serii D4	4 692 359 729	0,0163	76 655 967
<b>Liczba akcji razem</b>	<b>10 330 280 538</b>		<b>1 000 000 000</b>

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 pomniej-

Mnożnik użyty do konwersji każdej klasy istniejących akcji 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 akcji uprzywilejowanych serii D3 i D4 według pierwotnego kosztu plus narosłe dywidendy kumulatywne, natomiast wartość rezydualna została alokowana do klas akcji zwykłych. Przypisanie wartości każdej klasy akcji zostało następnie użyte do obliczenia alokacji Nowych Akcji Zwykłych do każdej klasy.

szonej o prowizje maklerskie w wysokości 27 674 193 PLN związane z emisją nowych akcji. Koszty transakcyjne związane z emisją nowych akcji zwykłych w wysokości 5 889 272 PLN pomniejszyły kapitał zapasowy.

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 otrzymania wpływów netto przez Jednostkę Dominującą; tj. po zakończeniu IPO Grupy w dniu 12 października 2020 r.

W wyniku transakcji opisanych powyżej, na 31 grudnia 2020 r. i 31 grudnia 2021 r. 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.

W dniu 16 marca 2021 r. akcjonariusze Grupy, tj. Cidinan S.à r.l., Permira VI Investment Platform Limited oraz Mepinan S.à r.l. dokonali zbycia 76 595 000 akcji zwykłych Spółki reprezentujących 7,5% głosów na Walnym Zgromadzeniu Jednostki Dominującej. Na dzień bilansowy bezpośrednimi właścicielami akcji Jednostki Dominującej byli:

Nazwa	Właściciel najwyższego szczebla	31.12.2021		31.12.2020	
		Liczba akcji	Udział % w kapitale zakładowym	Liczba akcji	% of share capital
Cidinan S.à r.l.	Cinven	286 778 572	28,03%	321 246 322	31,39%
Permira VI Investment Platform Limited	Permira	286 778 572	28,03%	321 246 322	31,39%
Mepinan S.à r.l.	Mid Europa Partners	63 728 574	6,23%	71 388 074	6,98%
Pozostali akcjonariusze	n/a	385 970 096	37,72%	309 375 096	30,24%
<b>Razem</b>		<b>1 023 255 814</b>	<b>100%</b>	<b>1 023 255 814</b>	<b>100%</b>

Od momentu powstania Jednostki Dominującej najwięksi indywidualni akcjonariusze Grupy należą do funduszy inwestycyjnych private equity: Cinven, Permira i Mid Europa Partners (razem „Akcjonariusze Najwyższego Szczebla”).

Na dzień 31 grudnia 2021 roku i 31 grudnia 2020 roku spółka Allegro.eu S.A. nie posiadała zysków do wypłaty.

## 28.1 Zmiana waluty funkcjonalnej

Zmiana waluty funkcjonalnej została ujęta prospektywnie. Ujęcie prospektywne oznacza, że Grupa przelicza wszystkie pozycje na nową walutę funkcjonalną przy użyciu kursu wymiany obowiązującego na dzień zmiany. 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 obowiązującego w dniu zmiany waluty funkcjonalnej – niezależnie od faktu, że podmiot poprzednio zastosował historyczny kurs wymiany do przeliczenia kapitału zakładowego i kapitału zapasowego z waluty funkcjonalnej na walutę prezentacji. Na dzień zmiany waluty funkcjonalnej nie powinny powstać żadne dodatkowe różnice kursowe; to oznacza, że w innych całkowitych dochodach nie powinny zostać ujęte żadne dodatkowe różnice kursowe z tytułu przeliczenia.

Grupa przeliczyła kapitał zakładowy i kapitał z emisji akcji powyżej ich wartości nominalnej Jednostki Dominującej z EUR na PLN stosując kurs wymiany z dnia zmiany waluty funkcjonalnej, co spowodowało wzrost kapitału zakładowego i kapitału z emisji akcji powyżej ich wartości nominalnej w porównaniu z wartościami bilansowymi prezentowanymi wcześniej po ich przeliczeniu z waluty funkcjonalnej EUR na walutę prezentacji (PLN) przy użyciu historycznych kursów wymiany. W związku z tym, efekt zmiany wartości bilansowej kapitału zakładowego i kapitału z emisji akcji powyżej ich wartości nominalnej został ujęty z drugostronnym zapisem bezpośrednio w zyskach zatrzymanych.

## 28.2 Pierwsza oferta publiczna akcji

W dniu 12 października 2020 r. („Data Pierwszego Notowania”) 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 spółki Cidinan S.à r.l., Permira VI Investment Platform Limited i Mepinan S.à r.l. przyznały firmie Morgan Stanley & Co. International pic, 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.

Opłaty maklerskie w wysokości 27 674 tys. PLN oraz koszty IPO w wysokości 5 889 tys. PLN, poniesione w 2020 roku w związku z emisją pierwotną 23 255 814 Nowych Akcji Zwykłych, zostały ujęte w kapitale własnym. Opłaty maklerskie zostały odjęte od podwyższenia kapitału i ujęte w kapitale zapasowym, natomiast koszty IPO zostały ujęte bezpośrednio w kapitale zapasowym. Ponadto 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”).

## 28.3 Płatności w formie akcji

W tej Nocie kwoty zostały wyrażone w tysiącach PLN.

### PROGRAM MOTYWACYJNY ALLEGRO („AIP”)

W roku 2020 Grupa przyjęła Program Motywacyjny Allegro. AIP jest programem uznaniowym, w ramach którego Komitet Wynagrodzeń i Nominacji może, wedle własnego uznania, przyznawać pracownikom Grupy świadczenie w formie ekwiwalentów akcji za wyniki („PSU”) i w postaci ekwiwalentów akcji o ograniczonej zbywalności („RSU”).

Nagrody w programie AIP mogą być przyznawane w formie jednostek PSU lub RSU, które dają uczestnikom prawo do bezpłatnego otrzymania Akcji po upływie okresu nabywania uprawnień z tytułu świadczenia pracy, a w przypadku jednostek PSU – pod warunkiem spełnienia określonych warunków dotyczących wyników Grupy. Regulamin programu AIP przewiduje również możliwość przyznawania nagród w innej formie przez Komitet Wynagrodzeń i Nominacji. Nagrody są z reguły przyznawane w okresie sześciu tygodni po ogłoszeniu przez Grupę wyników rocznych. Niemniej Komitet Wynagrodzeń i Nominacji może wedle własnego uznania przyznawać nagrody także w innych terminach

W dniu 18 grudnia 2020 r. członkowie Kluczowej Kadry Kierowniczej Grupy (Rada Dyrektorów i kluczowi członkowie wyższego kierownictwa) zostali poinformowani o szczegółowych zasadach programu PSU („Świadczeń w postaci Ekwiwalentów akcji za wyniki”). Zgodnie z MSSF ta data uznawana jest za datę rozpoczęcia świadczenia, ponieważ od tego dnia członkowie Kluczowej Kadry Kierowniczej Grupy mogą spodziewać się korzyści wynikających z przyszłego świadczenia.

Przyznanie świadczeń nastąpiło 2 kwietnia 2021 r., kiedy to Komitet Wynagrodzeń i Nominacji Rady Dyrektorów Allegro.eu przyznał 320 870 jednostek w ramach programu Ekwiwalentów akcji za wyniki („PSU”) o szacowanej łącznej wartości na datę przyznania wynoszącej 18 474 PLN i 717 027 akcji w ramach programu Ekwiwalentów akcji o ograniczonej zbywalności („RSU”) o szacowanej łącznej wartości na datę przyznania wynoszącej 34

870 PLN. Nagrody te zostały przyznane Dyrektorom Wykonawczym, Kluczowym Menedżerom i innym pracownikom. Wartość godziwa na jedną akcję, według której zostaną ujęte koszty z tytułu wynagrodzenia w formie akcji, wynosi 56,06 PLN i jest równa cenie zamknięcia akcji Allegro.eu notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie w Dacie Przyznania. Łączna szacowana wartość programu na dzień przyznania wyniosła 53 344 PLN.

W dniu 1 października 2021 roku Komitet Wynagrodzeń Rady Dyrektorów Allegro.eu przyznał pracownikom Grupy dodatkowo 9 835 jednostek PSU oraz 21 460 jednostek RSU. Całkowita wartość nowych jednostek oszacowana na podstawie wartości godziwej na akcję na dzień przyznania wynoszącej 58,09 wyniosła 626 PLN dla jednostek PSU i 1 109 PLN dla jednostek RSU.

Warunek nabycia uprawnień z tytułu świadczenia pracy (dla jednostek RSU i PSU) oraz warunki dotyczące wyników nierynkowych (dla jednostek PSU) są uwzględniane przy obliczaniu liczby nagród, do których zostaną nabyte uprawnienia. Grupa dokonuje okresowego przeszacowania całkowitego kosztu programu AIP w celu uwzględnienia zmian założeń przyjętych przy dokonywaniu początkowego szacunku. Korekty ta wynikają głównie z wahań liczby jednostek przyznanych w ramach programu AIP, związanych ze zmianami liczby zatrudnionych. Na dzień 31 grudnia 2021 r. łączna liczba jednostek przyznanych i niezrealizowanych z tytułu programów PSU i RSU wynosiła odpowiednio 286 369 i 647 306, a łączna kwota kosztów programu, które zostały odniesione na pozostałe kapitały rezerwowe wyniosła 19 707.

Grupa dokonała oceny, że dla kolejnych nagród, jakie mogą być przyznane do 2030 roku data rozpoczęcia świadczenia usług lub data przyznania jeszcze nie nastąpiła, ponieważ program jest uznaniowy i może zostać przez Komitet Wynagrodzeń i Nominacji anulowany.

#### • Świadczenie w postaci Ekwiwalentów akcji za wyniki („PSU”)

Świadczenie w postaci ekwiwalentów akcji za wyniki jest przeznaczone dla Kluczowych Dyrektorów Grupy. Program rozpoczął się w kwietniu 2021 r. i może trwać do września 2030 r. Co roku uczestnicy uzyskują warunkowe prawo do otrzymania ustalonej wcześniej liczby akcji po 3-letnim okresie, w zależności od stopnia realizacji ustalonych wcześniej celów w zakresie skumulowane-

go GMV i EBITDA. Ostateczna liczba uzyskanych akcji zależy od realizacji tych wskaźników KPI, i mieści się w zakresie od 0% do 200% warunkowo przyznanych akcji. Zysk uczestnika uzależniony jest zarówno od liczby ostatecznie przyznanych akcji, jak i od zmian ceny akcji w 3-letnim okresie pomiaru wyników. Cena akcji nie jest warunkiem dotyczącym wyników.

Początkowo wartość celu indywidualnego w PLN dzieloną jest przez cenę akcji, aby określić warunkową liczbę akcji otrzymanych po okresie rozliczeniowym. W odniesieniu do PSU, uprawnienia do jednostek nabywane są w trzecią rocznicę daty ich przyznania, o ile spełnione zostaną odpowiednie warunki dotyczące wyników oraz wszelkie inne warunki nabycia uprawnień do jednostek. Ujęcie szacunkowych kosztów programu odzwierciedla zakładany w Programie PSU profil nabywania uprawnień do 25%, 25% i 50% jednostek, odpowiednio w pierwszą, drugą i trzecią rocznicę Daty Przyznania. W przypadku odejścia pracownika uprawnionego do otrzymania jednostek PSU przed upływem 36-miesięcznego okresu nabywania uprawnień otrzyma on jednostki nabyte proporcjonalnie do okresu świadczenia pracy w odniesieniu do okresów nabywania uprawnień. Akcje zostaną przekazane dopiero w trzecią rocznicę Daty Przyznania, a każda jednostka jest ograniczona do maksymalnie jednej akcji na jednostkę, nawet jeżeli Grupa przekroczyła swoje kryteria dotyczące wyników w odniesieniu do PSU.

Łączna wartość wynagrodzenia opartego na akcjach, które zostanie ujęte do dnia nabycia uprawnień, w oparciu o 286 369 jednostek PSU, została oszacowana na dzień 31 grudnia 2021 r. na kwotę 7 913 PLN. Szacunek ten opiera się na wartości godziwej akcji Grupy ustalonej na dzień przyznania, szacunkowej liczbie nagród, do których uprawnienia zostaną nabyte, oraz bieżących szacunkach dotyczących realizacji ustalonych celów, które mogą skutkować wyemitowaniem od 0 do 2 akcji zwykłych w momencie nabycia uprawnień dla każdej przyznanej jednostki PSU.

Od momentu uruchomienia programu AIP dwóch członków zarządu Allegro.pl odeszło z Grupy, co spowodowało przepadek przyznanych im jednostek i tym samym przyczyniło się do zmniejszenia szacowanych całkowitych kosztów, które zostaną ujęte w przyszłych okresach w związku z wariantem PSU programu AIP.

W roku zakończonym 31 grudnia 2021 roku w pozostałych kapitałach rezerwowych ujęto 7 112 PLN kosztów związanych z Programem PSU.

#### • Ekwiwalenty akcji o ograniczonej zbywalności

Świadczenie w postaci ekwiwalentów akcji o ograniczonej zbywalności jest przeznaczone dla pracowników innych niż Kluczowi Dyrektorzy Grupy. Program rozpoczął się w kwietniu 2021 r. i może trwać do września 2030 r.

Jednostki RSU nie podlegają warunkom dotyczącym realizacji określonych celów. W przypadku odejścia posiadacza jednostek RSU z pracy przed końcem okresu nabywania uprawnień wszystkie akcje, do których mają zostać nabyte uprawnienia w przyszłych datach nabywania uprawnień, przepadają.

Ujęcie szacunkowych kosztów programu odzwierciedla zakładany w Programie RSU profil nabywania uprawnień do 25%, 25% i 50% jednostek, odpowiednio w pierwszą, drugą i trzecią rocznicę Daty Przyznania.

Łączna wartość wynagrodzenia opartego na akcjach, które zostanie ujęte do dnia nabycia uprawnień, w oparciu o 647 306 jednostek RSU, została oszacowana na dzień 31 grudnia 2021 r. na kwotę 18 177 PLN. Szacunek ten opiera się na wartości godziwej akcji Grupy ustalonej na datę przyznania, przy czym jedna jednostka RSU odpowiada jednej akcji zwykłej, skorygowanej o szacunkową liczbę nagród, do których uprawnienia zostaną nabyte.

W roku zakończonym 31 grudnia 2021 roku w pozostałych kapitałach rezerwowych ujęto 12 594 PLN kosztów związanych z Programem RSU. Pracownicy uprawnieni do otrzymania wynagrodzenia w formie akcji w ramach Programu RSU zostali poinformowani o kluczowych warunkach Programu RSU w dacie przyznania, stąd dni rozpoczęcia świadczenia pracy pokrywają się z datą przyznania.

#### NAGRODY W POSTACI BEZPŁATNYCH AKCJI („FSA”)

Ponieważ Grupa pragnie wspierać koncepcję akcjonariatu pracowniczego, wszyscy pracownicy zatrudnieni przez Grupę w dacie pierwszego notowania (nie licząc uczestników programu MIP) otrzymali 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 pierwszego notowania, a akcje zostały dostarczone w pierwszej rocznicę IPO, niezależnie od tego, czy osoba otrzymująca była wciąż pracownikiem w tym terminie. Łączna kwota świadczenia wyniosła 25 428 PLN i została odniesiona na pozostałe kapitały rezerwowe w kapitale własnym, z odpowiadającą jej zapisem w rachunku zysków i strat (pozycja „Koszty pracownicze brutto”). Wszystkie akcje, do których uprawnienia nabyto w 2020 r., zostały przeniesione z pozostałych kapitałów rezerwowych do kapitału zapasowego.

W dniu 6 października 2021 r. Grupa wypełniła swoje zobowiązania w zakresie realizacji Nagród w postaci bezpłatnych akcji poprzez przeniesienie 589 024 akcji

będących w posiadaniu jednostki Employee Benefit Trust. Akcje te podlegały rocznemu zakazowi zbywania, który wygaś w rocznicę przeprowadzenia IPO, 12 października 2021 r.

Na dzień 31 grudnia 2021 r. i 31 grudnia 2020 r. Grupa nie ma żadnych zobowiązań wynikających z nierozliczonych akcji w ramach FSA, z wyjątkiem zatrzymania 932 akcji, do których nabyto uprawnienia, a których Grupa do tej pory nie była w stanie wydać kwalifikującym się pracownikom lub byłym pracownikom.

Poniższa tabela przedstawia wszystkie nierozliczone akcje w ramach programów motywacyjnych wprowadzonych przez Grupę:

	Liczba przyznanych akcji		
	Jednostki PSU	Jednostki RSU	Jednostki FSA
<b>Stan na 01.01.2020</b>	—	—	—
Nowo przyznane jednostki	226 841	—	589 956
Utracone	—	—	—
Wykonane	—	—	—
<b>Stan na 31.12.2020</b>	<b>226 841</b>	<b>—</b>	<b>589 956</b>
Nowo przyznane jednostki	9 835	752 345	—
Ponowna ocena liczby nagród pomiędzy datą rozpoczęcia świadczenia usług a datą przyznania	94 029	—	—
Utracone	(44 336)	(105 039)	—
Wykonane	—	—	(589 024)
<b>Stan na 31.12.2021</b>	<b>286 369</b>	<b>647 306</b>	<b>932</b>

Kiedy w grudniu 2020 roku (tj. w dniu rozpoczęcia świadczenia pracy) Kluczowe Kierownictwo Grupy zostało poinformowane o szczegółowych zasadach programu AIP, Grupa oszacowała wstępnie zdefiniowaną liczbę akcji, które miały zostać przyznane w ramach programu w kwietniu 2021 roku.

Biorąc pod uwagę, że liczba przyznanych jednostek obliczana jest poprzez podzielenie indywidualnych celów przez średnią ważoną cenę akcji, rzeczywista liczba jednostek przyznanych w kwietniu 2021 r. była wyższa niż zakładano w dniu rozpoczęcia świadczenia pracy, w związku z czym korekta została odzwierciedlona w kosztach płatności w formie akcji od dnia przyznania.

## PROGRAM INWESTYCYJNY DLA KIEROWNICTWA („MIP”)

Jak opisano dalej w Nocie 39, Kierownictwo Grupy (Kluczowa Karda Kierownicza Grupy oraz inny wybrani Menedżerowie) 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 w formie 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 i kapitału zapasowego.

Po IPO wszystkie pożyczki udzielone Kierownictwu w ramach programu MIP, 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. W wyniku spłat pożyczek na dzień 31 grudnia 2020 r. wszystkie potrącenia od kapitału własnego, związane z pożyczkami z pełną odpowiedzialnością dłużnika, zostały odwrócone.

W 2020 roku wszystkie kwoty, do których nabyto uprawnienia, związane z MIP zostały przeniesione z pozostałych kapitałów rezerwowych do kapitału zapasowego.

## 28.4 Akcje własne

Akcje własne to akcje własne Grupy, które są przechowywane przez Employee Benefit Trust w celu dystrybucji akcji dla pracowników Grupy w ramach Programu Motywacyjnego Allegro (więcej informacji przedstawiono w Nocie 28.3). Akcje posiadane przez Trust, które na koniec okresu sprawozdawczego nie zostały jeszcze wydane pracownikom, zostały przedstawione w sprawozdaniu finansowym jako akcje własne. Akcje własne są ujmowane według ceny nabycia zgodnie z metodą „pierwsze przyszło-pierwsze wyszło”.

Na dzień 31 grudnia 2021 roku jednostka Adinan Super Topco Employee Benefit Trust (zwana dalej „Employee Benefit Trust”, „EBT”, „Trust”) została objęta konsolidacją w ramach niniejszego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego. EBT jest jednostką strukturyzowaną o z góry określonym profilu działalności i dlatego, mimo że Grupa nie posiada bezpośrednich udziałów w tej jednostce, to na podstawie ustaleń umownych sprawuje ona faktyczną kontrolę nad odpowiednimi działaniami EBT, w związku z czym EBT jest objęta konsolidacją na dzień 31 grudnia 2021 roku.

Trust został powołany w celu administrowania swoimi aktywami na rzecz pracowników Grupy i działa jako podmiot ułatwiający realizację programów wynagrodzeń w formie akcji Grupy oraz jako podmiot rozporządzający Nagrodami w postaci bezpłatnych akcji, przyznanymi w momencie IPO (zob. Nota 28.3). Na koniec bieżącego okresu sprawozdawczego EBT było w posiadaniu Akcji Własnych o wartości 1 995 407 PLN, wycenionych według kosztu nabycia. Akcje Własne mają być wykorzystane do rozliczenia programu nagród dla pracowników prowadzonego obecnie przez Grupę. Akcje wykorzystane przez Trust do rozliczenia programu zostały pierwotnie nabyte od Głównych Akcjonariuszy Allegro. W przypadku, gdy cena zapłacona przez pracowników przy nabyciu akcji w ramach Programu Inwestycyjnego dla Kierownictwa (program płatności w formie akcji własnych istniejący przed IPO) przekroczyła koszt nabycia, uzyskana premia została ujęta w kapitale własnym jako część kapitału zapasowego (premia ze zbycia akcji własnych).

W dniu 7 października 2021 r. 589 024 Akcji Własnych zostało przekazanych pracownikom, którym przyznano akcje zwykłe z okazji IPO Grupy, a w Grupie pozostało 810 829 Akcji Własnych będących w posiadaniu EBT.

# Noty 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:

	31.12.2021	31.12.2020
Zobowiązania leasingowe / Aktywa z tytułu prawa do użytkowania	(199 255)	(8 666)
Otrzymane kredyty i pożyczki niepieniężne, minus zapłacone prowizje	—	5 440 000
Splata kredytów i pożyczek niepieniężnych	—	(5 440 000)
<b>Razem</b>	<b>(199 255)</b>	<b>(8 666)</b>

W 2020 r. Grupa zrealizowała transakcję refinansowania spłacając różnice pomiędzy poprzednim zadłużeniem a Nowym Kredytem Nadrzędnym, pomniejszoną o zapłaconą prowizję. W związku z tym zmiany niepieniężne ujęte w okresie porównawczym wyniosły 5 440 000 PLN.

## 29.2. Uzgodnienie kredytów i pożyczek oraz leasingu

Poniższy punkt zawiera analizę i przedstawia zmiany stanu zobowiązań z tytułu kredytów i pożyczek oraz leasingu i instrumentów pochodnych dla każdego z prezentowanych okresów.

Zobowiązania z działalności finansowej	Leasing	Pożyczki	Zobowiązania finansowe będące instrumentami pochodnymi	Razem
<b>Stan na 01.01.2021</b>	<b>(73 266)</b>	<b>(5 437 800)</b>	<b>(97 298)</b>	<b>(5 608 364)</b>
Kapitał spłacony	31 063	—	—	31 063
Odsetki zapłacone	4 982	124 565	—	129 547
Zapłacona prowizja za dostępność kredytu odnawialnego	—	2 973	—	2 973
Płatności z tytułu instrumentu zabezpieczającego stopę procentową	—	—	61 802	61 802
<b>Zmiany stanu środków pieniężnych</b>	<b>36 045</b>	<b>127 538</b>	<b>61 802</b>	<b>225 385</b>
Odsetki naliczone	(4 982)	(124 565)	—	(129 547)
Naliczona prowizja za dostępność kredytu odnawialnego	—	(3 289)	—	(3 289)
Naliczony instrument zabezpieczający stopę procentową	—	1 036	—	1 036
Rezerwy naliczone	—	(3 000)	—	(3 000)
Zysk/(strata) na transakcjach zabezpieczających przepływy pieniężne	—	—	231 614	231 614
Przeniesienie z pozycji zobowiązań z tytułu instrumentów pochodnych do pozycji aktywów z tytułu instrumentów pochodnych	—	—	(216 995)	(216 995)
Zwiększenia (nowe umowy leasingu)	(199 255)	—	—	(199 255)
Różnice kursowe	659	—	—	659
Modyfikacja umowy leasingowej	(11 656)	—	—	(11 656)
Rezerwa dotycząca kredytów – dochód (skumulowane wyrównanie)	—	105 927	—	105 927
Rezerwa dotycząca kredytów – koszt	—	(32 145)	—	(32 145)
Inne	1 313	—	8 268	9 581
<b>Zmiana stanu pozycji niepieniężnych</b>	<b>(213 921)</b>	<b>(56 036)</b>	<b>22 887</b>	<b>(247 071)</b>
<b>Stan na 31.12.2021</b>	<b>(251 142)</b>	<b>(5 366 298)</b>	<b>(12 610)</b>	<b>(5 630 050)</b>

Zobowiązania z działalności finansowej	Leasing	Pożyczki	Zobowiązania opcyjne do wykupu udziałów niekontrolujących	Zobowiązania finansowe będące instrumentami pochodnymi	Razem
<b>Stan na 01.01.2020</b>	<b>(85 538)</b>	<b>(6 336 915)</b>	<b>(43 210)</b>	<b>(38 923)</b>	<b>(6 504 585)</b>
Kapitał spleacony	26 101	1 056 693	—	—	1 082 794
Odsetki zapłacone	3 028	275 853	—	—	278 881
Zapłacona prowizja z tytułu przedterminowej spłaty	—	26 000	—	—	26 000
Zapłacona prowizja za dostępność kredytu odnawialnego	—	2 523	—	—	2 523
Spłata zobowiązania opcyjnego do wykupu udziałów niekontrolujących	—	—	40 000	—	40 000
Płatności z tytułu instrumentu zabezpieczającego stopę procentową	—	—	—	38 926	38 926
Płatności z tytułu pozostałej działalności finansowej	—	7 815	—	—	7 815
<b>Zmiany stanu środków pieniężnych</b>	<b>29 129</b>	<b>1 368 884</b>	<b>40 000</b>	<b>38 926</b>	<b>1 476 939</b>
Odsetki naliczone	(3 028)	(297 099)	—	—	(300 127)
Naliczona prowizja za dostępność kredytu odnawialnego	—	(3 311)	—	—	(3 311)
Zysk/(strata) na transakcjach zabezpieczających przepływy pieniężne	—	—	—	(104 980)	(104 980)
Naliczona prowizja z tytułu przedterminowej spłaty	—	(26 000)	—	—	(26 000)
Zwiększenia (nowe umowy leasingu)	(8 666)	—	—	—	(8 666)
Różnice kursowe	(4 221)	—	—	—	(4 221)
Modyfikacja umowy leasingowej	(942)	—	—	—	(942)
Umorzenie zobowiązania opcyjnego do wykupu udziałów niekontrolujących	—	—	3 210	—	3 210
Odpis odroczonej kosztów kredytów i pożyczek	—	(143 378)	—	—	(143 378)
Inne	—	20	—	7 679	7 699
<b>Zmiana stanu pozycji niepieniężnych</b>	<b>(16 857)</b>	<b>(469 768)</b>	<b>3 210</b>	<b>(97 301)</b>	<b>(580 716)</b>
<b>Stan na 31.12.2020</b>	<b>(73 266)</b>	<b>(5 437 800)</b>	<b>—</b>	<b>(97 298)</b>	<b>(5 608 364)</b>

## 29.3 ZMIANY STANU KAPITAŁU OBROTOWEGO NETTO

Zmiany stanu kapitału obrotowego netto przedstawiono poniżej:

Zmiany stanu należności handlowych i pozostałych należności oraz rozliczeń międzyokresowych czynnych	31.12.2021	31.12.2020
Należności i rozliczenia międzyokresowe czynne – saldo bieżącego okresu	914 830	682 907
Należności i rozliczenia międzyokresowe czynne – saldo poprzedniego okresu	(682 907)	(423 713)
Salda nabyte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych – XPC, SCB	(4 628)	—
Salda nabyte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych – Opennet	—	(650)
Inne	(458)	2 000
<b>Zmiany razem</b>	<b>226 837</b>	<b>260 544</b>

Zmiany stanu zapasów	31.12.2021	31.12.2020
Zapasy – saldo bieżącego okresu	43 995	24 619
Zapasy – saldo poprzedniego okresu	(24 619)	(20 051)
Salda nabyte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych – XPC, SCB	(24)	—
<b>Zmiany razem</b>	<b>19 352</b>	<b>4 568</b>

Zmiany stanu pożyczek konsumenckich	31.12.2021	31.12.2020
Pożyczki konsumenckie – saldo bieżącego okresu	358 785	51 972
Pożyczki konsumenckie – saldo poprzedniego okresu	(51 972)	—
<b>Zmiany razem</b>	<b>306 813</b>	<b>51 972</b>

Zmiana salda pożyczek konsumenckich nie uwzględnia wpływu w wysokości 182 271 PLN z tytułu sprzedaży pożyczek do banku AION, przeprowadzonej w grudniu 2021 roku.

<b>Zmiana stanu zobowiązań handlowych i pozostałych</b>	<b>31.12.2021</b>	<b>31.12.2020</b>
Zobowiązania – saldo bieżącego okresu	903 755	557 629
Zobowiązania – saldo poprzedniego okresu	(557 629)	(349 161)
Salda nabyte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych – Opennet	—	(264)
Salda nabyte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych – XPC, SCB	(10 087)	—
Niezapłacony zakup środków trwałych, wartości niematerialnych i prawnych i innych	(42 929)	2 852
Inne	561	(100)
<b>Zmiany razem</b>	<b>293 671</b>	<b>210 956</b>

<b>Zmiana stanu zobowiązań wobec pracowników</b>	<b>31.12.2021</b>	<b>31.12.2020</b>
Zobowiązania wobec pracowników – saldo bieżącego okresu	113 377	154 298
Zobowiązania wobec pracowników – saldo poprzedniego okresu	(154 298)	(82 176)
Zyski/(straty) aktuarialne – saldo bieżącego okresu	(1 728)	(938)
Zyski/(straty) aktuarialne – saldo poprzedniego okresu	938	—
Zyski/(straty) aktuarialne – podatek odroczony	(205)	—
Salda nabyte w wyniku połączenia jednostek gospodarczych – XPC, SCB	(89)	—
<b>Zmiany razem</b>	<b>(42 005)</b>	<b>71 183</b>

## 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 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.

Pojawienie się koronawirusa (Covid-19) w Polsce i na całym świecie zostało potwierdzone na początku 2020 roku, a sam wirus rozprzestrzenił się w Polsce i na całym świecie, powodując zakłócenia w funkcjonowaniu przedsiębiorstw i działalności gospodarczej. Pandemia miała pozytywny wpływ na przychody generowane przez spółki działające w sektorze internetowych platform zakupowych, a także wywarła negatywny wpływ na sektor dystrybucji 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 gospodarczych.

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 2021 r. i 31 grudnia 2020 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., X-press Couriers sp. z o.o. i SkyNet Customs Brokers sp. z o.o. Na dzień 31 grudnia 2021 wyniosła 8 669 569 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, OpenNet Sp. z o.o. – 7 907 PLN, X-press Couriers sp. z o.o. – 29 253 PLN i SkyNet Customs Brokers sp. z o.o. – 1 067 PLN.

Łączna wartość firmy w kwocie 8 669 569 PLN wynika z wysokiej rentowności nabytych przedsiębiorstw oraz oczekiwanych przyszłych korzyści w formie szacowanych przepływów pieniężnych przejętych spółek. Żadna część rozpoznanej wartości firmy nie będzie podlegała odliczeniu dla celów podatku dochodowego.

Dla celów testów na utratę wartości Grupa zidentyfikowała trzy oddzielne ośrodki wypracowujące środki pieniężne: Allegro, Ceneo i eBilet (w tym testów na utratę wartości firmy z przejęć każdego tych podmiotów) i przeprowadziła analizę utraty wartości aktywów na koniec roku zakończony 31 grudnia 2021 r.). Na dzień 31 grudnia 2020 roku istniały cztery ośrodki wypracowujące środki pieniężne zidentyfikowane dla celów testu na utratę wartości firmy: Allegro, Ceneo, eBilet, Opennet. Ośrodek wypracowujący środki pieniężne jest najmniejszym możliwym do określenia zespołem aktywów generującym wpływy pieniężne w znacznym stopniu niezależne od wpływów pieniężnych pochodzących z innych aktywów lub grup aktywów.

W trzecim kwartale 2021 roku, w związku ze zmianami w wewnętrznej strukturze organizacyjnej i rosnącą rolą spółki Opennet w tworzeniu oprogramowania logistycznego dla Grupy, przy jednoczesnym utrzymaniu części usług świadczonych na rzecz klientów zewnętrznych, nastąpiła zmiana w składzie ośrodka wypracowującego środki pieniężne „Allegro”, do którego została przypisana wartość firmy. W wyniku reorganizacji Opennet, który wcześniej był oddzielnym ośrodkiem generującym środki pieniężne, został połączony z ośrodkiem generującym środki pieniężne Allegro, w wyniku czego powstał jeden ośrodek wypracowujący środki pieniężne Allegro.

W wyniku tej zmiany i nowych przejęć, ośrodek wypracowujący środki pieniężne Allegro obejmuje cztery podmioty prawne, jak przedstawiono w poniższej tabeli:

	Wartość firmy	Ośrodek wypracowujący środki pieniężne
Allegro.pl sp. z o.o.	8 140 604	Allegro
X-press Couriers sp. z o.o.	29 253	Allegro
Opennet.pl sp. z o.o.	7 907	Allegro
SkyNet Customs Brokers sp. z o.o.	1 067	Allegro
<b>Razem ośrodek wypracowujący środki pieniężne Allegro</b>	<b>8 178 831</b>	
Ceneo.pl sp. z o.o.	441 801	Ceneo
eBilet Polska sp. z o.o.	48 937	eBilet
<b>Razem</b>	<b>8 669 569</b>	

Wartość odzyskiwalną ośrodka wypracowującego środki pieniężne ustalono na podstawie wyliczeń wartości użytkowej. W kalkulacji zastosowano prognozy przepływów środków pieniężnych przed opodatkowaniem na podstawie wyników z przeszłości oraz oczekiwań Kierownictwa co do rozwoju rynku w okresie następnych pięciu lat. Wyniki testów dla wszystkich trzech ośrodków wypracowujących środki pieniężne nie wykazały utraty wartości na dzień 31 grudnia 2021 r. i 31 grudnia 2020 r.

Prognozy przepływów środków pieniężnych użyte przez Grupę do wyliczenia wartości użytkowej sporządzone 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 dokonania zwrotu.

Grupa wdrożyła plany poprawy funkcji i usług o wartości dodanej, w tym pożyczek, aby zwiększać akwizycję i zaangażowanie klientów. Wyższe średnie wzrosty w założeniu marży EBITDA Allegro zastosowane przez Grupę w 2021 r. w porównaniu do 2020 r. stanowią odzwierciedlenie zmiany założeń, aby w mniejszym stopniu opierać się na niskomargowych strumieniach przychodów niż zakładano w roku poprzednim. Zmniejszenie kosztów netto dostawy i skrócenie czasu dostawy założono w wyniku inwestycji we własne usługi realizacji zamówień dla sprzedawców, własną sieć automatów paczkowych i własne możliwości w zakresie dostaw.

Zarząd zwrócił uwagę, że na wartość odzyskiwalną ośrodka wypracowującego środki pieniężne eBilet mogło wpłynąć zakłócenie działalności spowodowane Covid-19. Przeprowadzono test utraty wartości firmy i obliczono wartość użytkową, zakładając poważne zakłócenia w organizacji imprez zbiorowych w 2022 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 trwałe do 2023 roku oraz w średnim okresie.

Kluczowe założenia zastosowane do obliczenia wartości odzyskiwalnej były następujące:

<b>Allegro</b>	<b>31.12.2021</b>	<b>31.12.2020</b>
Średnioroczna stopa wzrostu przychodów w okresie prognozy	24,30%	25,12%
Średnioroczny wzrost/(spadek) marży EBITDA w okresie prognozy	0,15 ppt	(0,73) ppt
Stopa wzrostu poza okresem prognozy (wraz z inflacją)	2,50%	2,50%
Stopa dyskonta (przed opodatkowaniem)	10,80%	10,30%

<b>Ceneo</b>	<b>31.12.2021</b>	<b>31.12.2020</b>
Średnioroczna stopa wzrostu przychodów w okresie prognozy	20,63%	25,04%
Średnioroczny wzrost/(spadek) marży EBITDA w okresie prognozy	(0,69) ppt	(0,60) ppt
Stopa wzrostu poza okresem prognozy (wraz z inflacją)	2,50%	2,50%
Stopa dyskonta (przed opodatkowaniem)	10,80%	10,30%

<b>eBilet</b>	<b>31.12.2021</b>	<b>31.12.2020</b>
Średnioroczna stopa wzrostu przychodów w okresie prognozy	43,46%	54,69%
Średnioroczny wzrost/(spadek) marży EBITDA w okresie prognozy	4,84 ppt	9,40 ppt
Stopa wzrostu poza okresem prognozy (wraz z inflacją)	2,50%	2,50%
Stopa dyskonta (przed opodatkowaniem)	11,50%	11,00%

<b>OpenNet</b>	<b>31.12.2021</b>	<b>31.12.2020</b>
Średnioroczna stopa wzrostu przychodów w okresie prognozy	n/a	50,29%
Średnioroczny wzrost/(spadek) dynamiki wzrostu EBITDA w okresie prognozy	n/a	(0,38) ppt
Stopa wzrostu poza okresem prognozy (wraz z inflacją)	n/a	2,50%
Stopa dyskonta (przed opodatkowaniem)	n/a	10,30%

Przyszłe przepływy pieniężne netto ośrodka wypracowującego środki pieniężne opierają się na kluczowych założeniach przedstawionych powyżej, z których każde obciążone jest w pewnym stopniu niepewnością.

Analiza wrażliwości powyższych założeń wykazała, że Grupa rozpoznałaby utratę wartości przy następujących zmianach jednego z głównych założeń:

<b>Allegro</b>	<b>31.12.2021</b>	<b>31.12.2020</b>
Spadek stopy wzrostu (CAGR) przychodów o:	3,00 ppt	3,74 ppt
Spadek rocznej marży EBITDA o:	17,27 pp	13,78 ppt
Spadek krańcowej stopy wzrostu o:	20,62 ppt	14,73 ppt
Wzrost stopy dyskonta przed opodatkowaniem o:	10,36 ppt	8,55 ppt

<b>Ceneo</b>	<b>31.12.2021</b>	<b>31.12.2020</b>
Spadek stopy wzrostu (CAGR) przychodów o:	5,25 ppt	10,19 ppt
Spadek rocznej marży EBITDA o:	18,15 ppt	32,17 ppt
Spadek krańcowej stopy wzrostu o:	58,80 ppt	n/a*
Wzrost stopy dyskonta przed opodatkowaniem o:	17,73 ppt	31,30 ppt

<b>eBilet</b>	<b>31.12.2021</b>	<b>31.12.2020</b>
Spadek stopy wzrostu (CAGR) przychodów o:	0,80 ppt	3,60 ppt
Spadek rocznej marży EBITDA o:	11,00 ppt	19,77 ppt
Spadek krańcowej stopy wzrostu o:	10,90 ppt	10,63 ppt
Wzrost stopy dyskonta przed opodatkowaniem o:	6,79 ppt	6,38 ppt

<b>OpenNet</b>	<b>31.12.2021</b>	<b>31.12.2020</b>
Spadek stopy wzrostu (CAGR) przychodów o:	n/a	6,29 ppt
Spadek rocznej marży EBITDA o:	n/a	28,33 ppt
Spadek krańcowej stopy wzrostu o:	n/a	n/a*
Wzrost stopy dyskonta przed opodatkowaniem o:	n/a	313,26 ppt

\* każda potencjalna zmiana stopy wzrostu nie ma wpływu na wynik testu na utratę wartości

\* każda potencjalna zmiana stopy wzrostu nie ma wpływu 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 2021 r. oraz na 31 grudnia 2020 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 Utrata wartości należności

Odpisu aktualizującego dokonuje się według modelu utraty wartości opartego o koncepcję oczekiwanych strat kredytowych. Stratę rozpoznaje się już na moment ujęcia należności, według wskaźnika niespłaconych należności szacowanego dla każdej jednorodnej grupy klientów i na podstawie wiekowania należności dla danej jednorodnej grupy. Stopy niewykonania zobowiązań obliczane są dla odrębnych, jednorodnych grup klientów na podstawie danych historycznych z poprzednich 48 miesięcy. Dodatkowo Grupa oblicza indywidualne odpisy na należności, dla których stwierdzono przesłanki utraty wartości.

Szczegółowe informacje na temat dokonanych odpisów aktualizujących wartość należności zostały przedstawione w Nocie 31.2.

## 30.4 Utrata wartości pożyczek konsumenckich

Na każdy dzień bilansowy Grupa ocenia, czy istnieją obiektywne dowody na to, że nastąpiła utrata wartości ekspozycji kredytowych.

Jeżeli na dzień bilansowy ryzyko kredytowe dotyczące instrumentu finansowego nie wzrosło znacznie od momentu początkowego ujęcia, Grupa dokonuje odpisów z tytułu utraty wartości, które są spodziewane w ciągu 12 miesięcy.

Dla pożyczek konsumenckich, w przypadku których nastąpił znaczny wzrost ryzyka kredytowego od momentu początkowego ujęcia, lub w przypadku których nastąpiła utrata wartości ze względu na ryzyko kredytowe, Grupa dokonuje odpisów z tytułu oczekiwanych strat kredytowych przez oczekiwany okres życia instrumentu finansowego.

Więcej informacji na temat założeń dotyczących oczekiwanych strat kredytowych z tytułu utraty wartości kredytów konsumenckich przedstawiono w Nocie 31.2.

## 30.5 Amortyzacja wartości niematerialnych i prawnych

Wysokość stawek amortyzacyjnych ustalana jest na podstawie przewidywanego okresu ekonomicznej użyteczności składników wartości niematerialnych i prawnych. Grupa corocznie dokonuje weryfikacji przyjętych okresów ekonomicznej użyteczności na podstawie bieżących szacunków. W przypadku zmiany oceny okresów ekonomicznej użyteczności, jej efekt jest ujmowany jako efekt zmiany szacunków księgowych.

Analiza wrażliwości amortyzacji znaczących wartości niematerialnych i prawnych została przedstawiona poniżej:

<b>Analiza wrażliwości okresu amortyzacji istotnych wartości niematerialnych i prawnych</b>	<b>zmiana okresu: krótszy o 5 lat</b>	<b>zmiana okresu: dłuższy o 5 lat</b>
Relacje z klientami	(48 542)	29 125
Znaki towarowe i domeny	(50 452)	25 226
Oprogramowanie	(150 503)	50 168
<b>Wpływ na zysk/(stratę)</b>	<b>(249 497)</b>	<b>104 519</b>

W 2021 roku Grupa zweryfikowała stawki amortyzacji i postanowiła utrzymać dotychczasowe szacunki dotyczące ekonomicznego okresu użytkowania swoich aktywów.

## 30.6 Wpływ kwestii związanych z klimatem na sprawozdanie finansowe

Ryzyka związane z klimatem i ochroną środowiska podlegają zarządzaniu ryzykiem i Polityce zarządzania ryzykiem. Rolą Rady Dyrektorów jest nadzorowanie ryzyka korporacyjnego, definiowanie zakresu zarządzania ryzykiem, określanie kierunków rozwoju systemu zarządzania ryzykiem oraz ustalanie poziomów apetytu na ryzyko.

Grupa przeanalizowała potencjalny wpływ kwestii związanych z klimatem na sprawozdawczość i doszła do wniosku, że kwestie związane z klimatem nie mają wpływu na niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe.

## 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	Swapy stóp procentowych, kompensowanie depozytów pieniężnych
Ryzyko rynkowe – kurs walutowy	Przyszłe transakcje handlowe Ujęte aktywa i zobowiązania finansowe nie denominowane w PLN	Prognozy przepływów pieniężnych Analiza wrażliwości	Brak zabezpieczenia
Ryzyko związane z połączeniami i przejęciami – waluty obce	Wysoce prawdopodobna przyszła transakcja przejęcia Mall Group a.s. i WE DO CZ s.r.o.	Prognozy przepływów pieniężnych Analiza wrażliwości	Kontrakt Deal Contingent FX Forward
Ryzyko kredytowe	Środki pieniężne i ich ekwiwalenty Należności Pożyczki konsumenckie	Ratingi kredytowe Analiza wiekowa	Dywersyfikacja lokat bankowych, limitów kredytowych i akredytów
Ryzyko płynności	Kredyty i pożyczki i inne zobowiązania	Kroczące prognozy przepływów pieniężnych	Dostępność przyznanych linii kredytowych i kredytów Podpisana umowa odkupu pożyczek konsumenckich

## 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 krótkoterminowe depozyty środków pieniężnych oraz przez swapy stóp procentowych („IRS”).

Po refinansowaniu, które miało miejsce w 2020 roku w momencie IPO Grupy, opisanym w Nocie 21, wskaźnik zabezpieczenia wzrósł do 56%. Ponieważ rzeczywisty wskaźnik zabezpieczenia przekroczył tym samym określony w polityce rachunkowości wskaźnik zabezpieczenia w wysokości 50%, proporcjonalna część zmian w wycenie kontraktów IRS została ujęta w wyniku finansowym, a nie w innych całkowitych dochodach.

W 2021 r. Grupa zmodyfikowała swoją politykę zabezpieczeń w ten sposób, że dopuściła do zabezpieczenia przepływów pieniężnych do poziomu 100% ekspozycji na ryzyko stopy procentowej. Nowy kontrakt IRS zawarty w dniu 2 listopada 2021 r. został wyznaczony jako zabezpieczenie przepływów pieniężnych, przy czym zmiany wyceny zostały ujęte w innych całkowitych dochodach. W związku z tym wskaźnik zabezpieczenia wzrósł do 78%, a wszystkie zmiany w wycenie są ujmowane w innych całkowitych dochodach.

### WRAŻLIWOŚĆ

Grupa 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 2 903 PLN rocznie.

zmiana stopy procentowej (pp)	Wpływ zmiany stopy procentowej na zysk/(stratę) na 31.12.2021					
	-0.3	-0.2	-0.1	0.1	0.2	0.3
Koszty odsetek	16 500	11 000	5 500	(5 500)	(11 000)	(16 500)
Koszty związane ze swapami stóp procentowych	(8 710)	(5 807)	(2 903)	2 903	5 807	8 710
<b>Wpływ na zysk/(stratę)</b>	<b>7 790</b>	<b>5 193</b>	<b>2 597</b>	<b>(2 597)</b>	<b>(5 193)</b>	<b>(7 790)</b>

zmiana stopy procentowej (pp)	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 ze swapami stóp procentowych	(9 227)	(6 151)	(3 076)	3 076	6 151	9 227
<b>Wpływ na zysk/(stratę)</b>	<b>7 273</b>	<b>4 849</b>	<b>2 424</b>	<b>(2 424)</b>	<b>(4 849)</b>	<b>(7 273)</b>

Niniejszy dokument stanowi robocze tłumaczenie raportu na język polski. Angielska wersja raportu zgodna z wymogami ESEF i dostępna na stronie [www.allegro.eu](http://www.allegro.eu) jest jedyłą wiążącą wersją tego dokumentu. W przypadku niespójności lub rozbieżności między wersją polską i angielską raportu wiążącą jest angielska wersja językowa.



Stać stopa procentowa powoduje narażenie Grupy na ryzyko wartości godziwej, niemniej nie ma wpływu na niniejsze Skonsolidowane Sprawozdanie Finansowe, ponieważ pozycje te nie są wyceniane według wartości godziwej.

## RYZIKO 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.

Jak opisano w Nocie 35, Grupa jest narażona na znaczące ryzyko kursowe w związku z oczekiwaną transakcją przejęcia grupy kapitałowej Mall Group a.s. i spółki logistycznej WE|DO CZ s.r.o, której realizacja jest uzależniona wyłącznie od uzyskania wszystkich wymaganych zgód organów regulacyjnych. Ponieważ Grupa Allegro generuje 100% strumieni przychodów w PLN, komponent środków pieniężnych będzie narażony na zmienność kursów walutowych w kolejnych miesiącach poprzedzających zamknięcie transakcji przejęcia Grupy Mall i WE|DO. Aby zminimalizować to ryzyko, 10 listopada Grupa zawarła umowę typu Deal Contingent FX Forward. Kwota referencyjna zabezpieczenia wynosi 474 mln. Termin zapadalności kontraktu przypada pomiędzy 31 stycznia 2022 a 31 marca 2023 i jest uzależniony od sfinalizowania transakcji przejęcia. Więcej informacji przedstawiono w Nocie 26.

Grupa uważa spełnienie tych warunków za wysoce prawdopodobne.

## 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 ograniczenia tego ryzyka Grupa stosuje szczegółowe procedury weryfikacji oraz monitorowania sprzedających (klientów). Grupa korzysta z usług profesjonalnych firm windykacyjnych lub stosuje procedury windykacji we własnym zakresie. Należności Grupy obejmują należności od osób fizycznych i przedsiębiorstw. Należności charakteryzują się niską koncentracją. Nadwyżki środków pieniężnych lokowane są przez Grupę w bankach w formie depozytów na żądanie lub 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
- środków pieniężnych i ich ekwiwalentów

	31.12.2021	31.12.2020
Utrata wartości należności	60 721	38 213
Utrata wartości pożyczek konsumenckich	5 950	1 165
<b>Odpisy netto z tytułu utraty wartości aktywów finansowych i aktywów z tytułu umów z klientami</b>	<b>66 671</b>	<b>39 378</b>

## NALEŻNOŚCI HANDLOWE

Grupa dokonuje pomiaru oczekiwanych strat kredytowych zgodnie z podejściem uproszczonym określonym w MSSF 9, które przewiduje dokonywanie odpisów z tytułu oczekiwanych strat w całym okresie istnienia należności handlowych oraz aktywów z tytułu umów z klientami. W celu ustalenia oczekiwanych strat kredytowych, należności handlowe oraz aktywa z tytułu umów z klientami zostały pogrupowane w oparciu o wspólną charakterystykę ryzyka kredytowego oraz dni przeterminowania. Wskaźniki oczekiwanych strat opierają się na profilach płatności dla sprzedaży w okresie odpowiednio 48 miesięcy przed 31 grudnia 2021 r. lub 31 grudnia 2020 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 do roku poprzedniego odpis z tytułu strat kredytowych wzrósł głównie w związku z rozwojem działalności skutkującym wzrostem salda należności.



Na tej podstawie odpis z tytułu strat kredytowych na dzień 31 grudnia 2021 r. i 31 grudnia 2020 r. ustalono w następujący sposób zarówno dla należności handlowych jak i aktywów z tytułu umów z klientami:

Wiekowanie należności handlowych, netto	31.12.2021				31.12.2020			
	Przedsiębiorstwa	%	Osoby fizyczne	%	Przedsiębiorstwa	%	Osoby fizyczne	%
Nieprzeterminowane	679 351	92%	9 113	67%	486 139	83%	8 374	53%
Zaległe poniżej 3 miesięcy	52 535	7%	3 187	23%	91 895	16%	5 786	36%
Zaległe od 3 do 12 miesięcy	5 470	1%	929	7%	3 760	1%	1 457	9%
Zaległe od 1 do 3 lat	1 510	0%	368	3%	433	0%	238	1%
<b>Razem</b>	<b>738 866</b>	<b>100%</b>	<b>13 597</b>	<b>100%</b>	<b>582 227</b>	<b>100%</b>	<b>15 855</b>	<b>100%</b>

Wiekowanie należności na dzień 31.12.2021	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	687 605	9 526	(8 254)	(413)	1%	4%	679 351	9 113
Zaległe poniżej 3 miesięcy	56 632	3 805	(4 097)	(618)	7%	16%	52 535	3 187
Zaległe od 3 do 12 miesięcy	43 777	5 307	(38 307)	(4 378)	88%	82%	5 470	929
Zaległe od 1 do 3 lat	32 633	8 639	(31 123)	(8 271)	95%	96%	1 510	368
<b>Razem</b>	<b>820 647</b>	<b>27 277</b>	<b>(81 781)</b>	<b>(13 680)</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>738 866</b>	<b>13 597</b>

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
<b>Razem</b>	<b>624 305</b>	<b>33 893</b>	<b>(42 078)</b>	<b>(18 037)</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>582 227</b>	<b>15 856</b>

Wartość bilansowa należności handlowych oraz pozostałych należności stanowi maksymalną ekspozycję na ryzyko kredytowe.

## ŚRODKI PIENIĘŻNE I ICH EKWIWALENTY

Środki pieniężne i ich ekwiwalenty podlegają wymogom co do ustalania utraty wartości wynikającym z MSSF 9. Nie stwierdzono istotnej utraty wartości.

Odpis aktualizujący dla środków pieniężnych i ich ekwiwalentów ustalany jest indywidualnie dla każdego salda w danej instytucji finansowej. Do oceny ryzyka kredytowego wykorzystane zostały zewnętrzne ratingi kredytowe i publicznie dostępne informacje na temat wskaźników niewykonania zobowiązań dla poszczególnych ratingów agencji S&P Global Ratings (rating przedstawiony jest w Nocie 19.2). Jako że na dzień bilansowy wszystkie salda środków pieniężnych mają niskie ryzyko kredytowe, Grupa zastosowała praktyczne rozwiązanie dostępne na podstawie MSSF 9 i wyliczyła odpisy aktualizujące na podstawie 12-miesięcznych oczekiwanych strat kredytowych. Rezultat kalkulacji odpisów aktualizujących okazał się nieistotny.

Całe saldo środków pieniężnych i ich ekwiwalentów jest klasyfikowane do koszyka 1 modelu utraty wartości, tj. instrumenty finansowe, które nie charakteryzowały się znaczącym wzrostem ryzyka kredytowego od momentu początkowego ujęcia lub charakteryzują się niskim ryzykiem kredytowym na dzień sprawozdawczy.

Wartość bilansowa środków pieniężnych i ich ekwiwalentów konsumenckich stanowi maksymalną ekspozycję na ryzyko kredytowe.

Na dzień 31 grudnia 2021 roku Grupa posiadała 37%, 8%, 2% i 53% swoich środków w bankach o ratingu odpowiednio A, A-, BBB+, BBB (na dzień 31 grudnia 2020 roku 38%, 32% i 25% w bankach o ratingu odpowiednio A, A+, 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 klasyfikowane są do trzech koszyków zależnie od związanego z nimi ryzyka, przy czym

koszyk 3 odzwierciedla najwyższy poziom ryzyka. MSSF 9 wymaga ujmowania strat kredytowych wynikających z niewykonania zobowiązania, które są oczekiwane w terminie 12 miesięcy lub przez cały oczekiwany okres życia instrumentu finansowego, w zależności od stopnia przypisanego do ekspozycji.

- jeżeli nie nastąpił istotny wzrost ryzyka kredytowego od momentu początkowego ujęcia (stopień 1), oraz
- w przypadku których nastąpił znaczny wzrost ryzyka kredytowego od momentu początkowego ujęcia (stopień 2), lub
- które są dotknięte utratą wartości ze względu na ryzyko kredytowe (stopień 3).

Oczekiwane straty kredytowe dotyczące ekspozycji, w przypadku których nie nastąpił znaczny wzrost ryzyka kredytowego od momentu początkowego ujęcia, obliczane są w okresie 12-miesięcznym, a w przypadku ekspozycji, w przypadku których nastąpił znaczny wzrost ryzyka kredytowego od momentu początkowego ujęcia lub w przypadku których nastąpiła utrata wartości ze względu na ryzyko kredytowe, obliczana jest wartość ECL dla całego okresu życia ekspozycji.

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 aktywów jest przeterminowany o ponad 30 dni. Instrumenty finansowe przenoszone są z powrotem do koszyka 1 jeżeli nie spełniają już kryteriów znacznego wzrostu ryzyka kredytowego. Spółka definiuje instrument finansowy jako dotknięty zdarzeniem niewykonania zobowiązania, gdy konsument zalega z płatnościami ponad 90 dni (koszyk 3). Więcej informacji przedstawiono w Nocie 27.

Oczekiwana strata kredytowa dla pożyczek konsumenckich wyliczana jest przy zastosowaniu trzech głównych składowych:

- prawdopodobieństwa niewykonania zobowiązania („PD”),
- straty w przypadku niewykonania zobowiązania („LGD”), oraz
- wartości ekspozycji w momencie niewykonania zobowiązania („EAD”).

Gdzie:

**Prawdopodobieństwo niewykonania zobowiązania** – określa prawdopodobieństwo, że dłużnik nie będzie w stanie spełnić obowiązku w ciągu jednego roku (przy wykorzystaniu rozwiązania dozwolonego w MSSF 9).

**Strata w przypadku niewykonania zobowiązania** – procentowa strata względem całego zaangażowania w przypadku, gdy dłużnik popada w niewykonanie zobowiązania.

**Wartość ekspozycji w momencie niewykonania zobowiązania** – odzwierciedla szacowaną wysokość zaangażowania kredytowego.

Ze względu na krótkoterminowy charakter pożyczek konsumenckich uznaje się, że ich wartość godziwa odpowiada wartości bilansowej. Wartość bilansowa pożyczek konsumenckich stanowi maksymalną ekspozycję na ryzyko kredytowe.

Jakość portfela objętego modelem ratingowym:

Ryzyko kredytowe zaangażowania wg ratingów na dzień 31.12.2021	Pożyczki konsumenckie, brutto	Utrata wartości pożyczek konsumenckich	Pożyczki konsumenckie, netto
A	20 098	(15)	20 083
B	52 751	(111)	52 640
C	87 796	(377)	87 419
D	82 008	(807)	81 201
E	61 529	(1 346)	60 183
F	34 435	(1 332)	33 103
G	19 659	(1 228)	18 431
H	6 825	(1 100)	5 725
<b>Pożyczki konsumenckie na dzień 31.12.2021</b>	<b>365 101</b>	<b>(6 316)</b>	<b>358 785</b>

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
<b>Pożyczki konsumenckie na dzień 31.12.2020</b>	<b>53 102</b>	<b>(1 130)</b>	<b>51 972</b>

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

Zdecydowana większość pożyczek konsumenckich na dzień 31 grudnia 2021 r. i 31 grudnia 2020 r. została zaklasyfikowana do Koszyka 1.

Wybuch epidemii Covid-19 nie miał żadnego wpływu na pożyczki konsumenckie, terminy płatności i oczekiwane straty kredytowe.

Na potrzeby zarządzania ryzykiem kredytowym, Grupa stosuje 8-stopniową skalę ratingową od A do H. Kategorie ratingowe A-C odpowiadają niskiemu ryzyku, kategorie D-F to ryzyko umiarkowane, a G-H to ryzyko podwyższone.

### 31.3. Ryzyko płynności

Działalność operacyjna Grupy finansowana jest ze środków własnych. Poziom środków pieniężnych zgromadzonych na rachunkach bankowych umożliwia Grupie terminowe regulowanie bieżących zobowiązań.

Kierownictwo jest zdania, że ryzyko utraty płynności dla Grupy w okresie najbliższych 12 miesięcy jest minimalne.

W dniu 18 stycznia 2017 r., w momencie zmiany właściciela Grupy, zaciągnięte zostały kredyty 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 kredytów 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 2021 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, wraz z zabezpieczonym dostępem do kredytów odnawialnych,
- bieżącą oraz długoterminową analizę przepływów pieniężnych.

Na dzień 31 grudnia 2021 roku Grupa miała dostęp do niewykorzystanego kredytu odnawialnego w wysokości 500 000 PLN, który na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania finansowego pozostaje niewykorzystany i w pełni dostępny. Ponadto w 2021 roku Grupa zawarła umowę finansowania w formie pomostowego kredytu terminowego, na podstawie której została udostępniona dodatkowa kwota 1 000 000 PLN na potrzeby oczekiwanej transakcji przejęcia grupy kapitałowej Mall Group a.s. oraz spółki logistycznej WE|DO CZ s.r.o, której realizacja jest uzależniona wyłącznie od uzyskania wszystkich wymaganych zgód organów regulacyjnych. Okres dostępności kredytu dodatkowego wynosi 12 miesięcy, a okres wykorzystania 6 miesięcy. Zawarcie umowy kredytowej spowodowało naliczenie opłaty wstępnej w wysokości 3 000 PLN.

Środki te nie zostały wykorzystane do dnia podpisania niniejszego sprawozdania finansowego i pozostały niewykorzystane na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania finansowego.

Dodatkowy niewykorzystany kredyt odnawialny w wysokości 500 000 PLN został pozyskany przez Grupę w dniu 3 lutego 2022 roku (zob. Nota 36)

#### Zobowiązania według terminu zapadalności na podstawie niezdyktowanych płatności umownych

	Zobowiązania handlowe i z tytułu zwrotów	Pożyczki	Odsetki od kredytów	Zobowiązania leasingowe	Zobowiązania związane z połączeniem jednostek gospodarczych	Zobowiązania finansowe będące instrumentami pochodnymi	Razem
<b>31.12.2021</b>							
Poniżej 3 miesięcy	582 405	—	57 637	11 363	—	—	651 405
Od 3 do 12 miesięcy	—	—	176 113	50 244	4 893	2 247 708	2 478 958
Od 1 roku do 5 lat	—	5 500 000	651 938	350 307	—	—	6 502 245
<b>Razem</b>	<b>582 405</b>	<b>5 500 000</b>	<b>885 688</b>	<b>411 914</b>	<b>4 893</b>	<b>2 247 708</b>	<b>9 632 608</b>
	Zobowiązania handlowe i z tytułu zwrotów	Pożyczki	Odsetki od kredytów	Zobowiązania leasingowe	Zobowiązania związane z połączeniem jednostek gospodarczych	Zobowiązania finansowe będące instrumentami pochodnymi	Razem
<b>31.12.2020</b>							
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
<b>Razem</b>	<b>393 307</b>	<b>5 500 000</b>	<b>541 571</b>	<b>98 806</b>	<b>3 893</b>	<b>97 298</b>	<b>6 634 875</b>



## 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, przynosząc 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 spłacić kapitał akcjonariuszom lub wyemittować nowe akcje.

Zgodnie z umowami Kredytów nadrzędnych podpisanych przez Adinan Midco, spółki wchodzącej w skład Grupy, w dniu 29 września 2020 roku, Grupa zobowiązana jest zapewnić, że wskaźnik Dźwigni Finansowej nie przekroczy wskaźnika określonego w umowie.

Dźwignia finansowa jest definiowana jako zadłużenie netto podzielone przez Skorygowaną EBITDA za poprzednie dwanaście miesięcy. Na dzień 31 grudnia 2021 r. i 31 grudnia 2020 r. Grupa nie naruszyła żadnego z kowenantów określonych w Umowie.

Od momentu zakończenia procesu refinansowania w drugiej części 2020 roku wskaźnik zadłużenia netto do kapitału własnego ulega stopniowemu zmniejszeniu. Udało się osiągnąć głównie dzięki stabilnemu profilowi generowania środków pieniężnych, jak również obniżeniu wartości bilansowej kredytów i pożyczek dzięki poprawie wskaźnika dźwigni i marży zadłużenia.

Grupa oczekuje, że w nadchodzących okresach wskaźnik zadłużenia pozostanie na dość stabilnym poziomie, z zastrzeżeniem potencjalnej realizacji transakcji przejęcia.

Wskaźniki zadłużenia netto do kapitału własnego na dzień 31 grudnia 2021 i 31 grudnia 2020 r. przedstawiały się następująco:

	31.12.2021	31.12.2020
Kredyty i pożyczki	(5 366 298)	(5 437 800)
Zobowiązania z tytułu leasingu	(251 142)	(73 266)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	1 957 241	1 185 060
<b>Zadłużenie netto</b>	<b>(3 660 199)</b>	<b>(4 326 006)</b>
Kapitał własny razem	9 454 065	8 089 596
<b>Wskaźnik zadłużenia netto do kapitału własnego</b>	<b>39%</b>	<b>53%</b>

## POZYCJE POZABILANSOWE

### 33. Zobowiązania warunkowe

#### 33.1. Gwarancje udzielone podmiotom spoza Grupy

Grupa posiada gwarancje zabezpieczające zawarte umowy leasingowe w wysokości 3 738 PLN na dzień 31 grudnia 2021 r. oraz 20 000 PLN na dzień 31 grudnia 2020 r.

#### 33.2. Inne

##### POSTĘPOWANIE WYJAŚNIAJĄCE DOTYCZĄCE ALLEGRO.PL

Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania finansowego Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów („UOKiK”) prowadził cztery odrębne postępowania dotyczące Allegro.pl opisane poniżej:

##### POSTĘPOWANIA ANTYMONOPOLOWE W SPRAWIE DOMNIEMANEGO NADUŻYCIA POZYCJI DOMINUJĄCEJ POPRZEC FAWORYZOWANIE WŁASNEJ SPRZEDAŻY NA PLATFORMIE

W dniu 6 grudnia 2019 r. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wszczął postępowanie antymonopolowe przeciwko Allegro.pl, w sprawie rzekomego nadużywania przez Allegro.pl pozycji dominującej faworyzując własną działalność sprzedażową na swojej platformie w stosunku do działalności sprzedażowej innych sprzedających.

Jeżeli Prezes UOKiK zaakceptuje odpowiedź Allegro.pl, postępowanie zostanie zakończone. Jeżeli Prezes UOKiK zdecyduje o na kontynuowaniu sprawy, musi wydać „pismo zastrzeżeń” uzasadniające wszczęcie postępowania, a Allegro.pl będzie miało wówczas prawo do odpowiedzi. Jeżeli Prezes UOKiK uzna, że spółka Allegro.pl ma pozycję dominującą i nadużywała jej, wyda decyzję o naruszeniu, z karą grzywny lub bez. Gdyby została nałożona kara, to zgodnie z ustawą o konkurencji mogłaby ona sięgać nawet 10% obrotów Allegro.pl w roku obrotowym poprzedzającym wydanie decyzji. Prezes UOKiK może również nakazać usunięcie skutków naruszenia.

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

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 konsumentami.

W przypadku uznania przez Prezesa UOKiK jakiegokolwiek klauzuli za niedozwoloną, możliwe jest wydanie decyzji zakazującej stosowania takiej klauzuli w umowie standardowej, jednocześnie nakładając karę pieniężną lub wstrzymując się od jej nałożenia. Możliwe jest także żądanie od Grupy naprawienia skutków ewentualnego 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 nadużycie. 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 bez nakładania kary.

#### POSTĘPOWANIE WYJAŚNIAJĄCE DOTYCZĄCE WSPÓŁPRACY ALLEGRO.PL ZE SPRZEDAJĄCYMI

W dniu 3 września 2020 roku Prezes UOKiK poinformował, że wszczął postępowanie wyjaśniające w sprawie zasad współpracy Allegro.pl ze sprzedawcami (klientami) w celu ustalenia, czy Allegro.pl czerpie nieuzasadnione korzyści kosztem swoich klientów.

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 postępowaniem wyjaśniającym, musi on wszcząć przeciwko Allegro.pl postępowanie. Jeżeli Prezes UOKiK uzna którąkolwiek z zasad współpracy za niezgodną z prawem, to może wydać decyzję zakazującą stosowania tych zasad, jednocześnie nakładając karę pieniężną lub wstrzymując się od jej nałożenia.

#### POSTĘPOWANIA WYJAŚNIAJĄCE ZWIĄZANE Z OPINIAMI KONSUMENCKIMI

W dniu 22 grudnia 2021 roku Prezes UOKiK wszczął postępowanie wyjaśniające w zakresie ochrony konsumentów dotyczące: 1) warunków prezentowania i moderowania opinii konsumentów zamieszczanych na platformie Allegro.pl oraz 2) warunków udostępniania sprzedającym funkcjonalności umożliwiającej im ograniczenie możliwości zakupu towarów i usług oferowanych na platformie Allegro.pl dla niektórych konsumentów.

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 postępowaniem wyjaśniającym, musi on wszcząć przeciwko Allegro.pl postępowanie dotyczące albo naruszenia zbiorowych interesów konsumentów, albo klauzul abuzywnych (zakres postępowania wyjaśniającego nie wskazuje precyzyjnego zarzutu).

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

W dniu 22 lutego 2021 r. eBilet otrzymał 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 jej praktykę proponowania 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 najpierw wszcząć formalne postępowanie przeciwko spółce eBilet.

#### ODWOŁANIE OD DECYZJI PREZESA UOKiK DOTYCZĄCEJ RZEKOMEGO BRAKU W REGULAMINIE ALLEGRO.PL SZCZEGÓŁOWEGO OPISU ZASAD BLOKOWANIA KONTA/KONT NABYWCY W PRZYPADKU WYSTĄPIENIA PRZEZ SPRZEDAWCĘ O ZWROT PROWIZJI NALEŻNEJ WINA 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. Sąd Apelacyjny wyrokiem z dnia 2 czerwca 2021 r. utrzymał w mocy pierwotne postanowienie. Decyzja jest ostateczna. Allegro.pl nie blokuje już konta (kont) kupującego w przypadku wystąpienia przez sprzedającego o zwrot prowizji z winy kupującego.

### 33.3. Istotne 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 Nadrzędnego Kredytu Terminowego i Kredytu Odnawialnego oraz Kredytu Drugorzędowego w 2017 r., ustanowione zostały zastawy i zabezpieczenia na aktywach Grupy.

W dniu 29 września 2020 r. Grupa zawarła nową umowę kredytową („Nowa Umowa Kredytowa”), w związku z czym zastawy i zabezpieczenia powiązane z poprzednimi umowami kredytowymi zostały zwolnione i zastąpione następującymi:

- zastaw na udziałach Allegro.pl i Ceneo.pl, ujęty w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym jako aktywa netto w wysokości 10 005 726 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 1 024 762 PLN (ujęte w kwocie powyżej);
- poddanie się egzekucji według prawa polskiego, złożone przez Allegro.pl, Ceneo.pl oraz Allegro.eu.

## 35. Zobowiązania z tytułu umów

### 35.1 Zobowiązania kapitałowe

#### WARTOŚCI NIEMATERIALNE I PRAWNE

Na dzień 31 grudnia 2021 r. przyszłe zobowiązania umowne Grupy dotyczące nakładów na wartości niematerialne i prawne nieujęte w skonsolidowanym sprawozdaniu z sytuacji finansowej wyniosły 141 377 PLN i dotyczyły rozwoju oprogramowania. Zobowiązania umowne na dzień 31 grudnia 2020 r. wyniosły 74 295 PLN.

#### AKTYWA Z TYTUŁU PRAWA DO UŻYTKOWANIA

W 2021 r. Grupa zawarła umowy leasingowe na magazyny i biura, które nie zostały jeszcze ujęte jako zobowiązania leasingowe, ponieważ odpowiednie budynki są jeszcze w budowie lub w trakcie wyposażania. Łączne oczekiwane zobowiązanie z tytułu przyszłych opłat leasingowych związanych z tymi nieruchomościami wynosi 266 283 PLN (31 grudnia 2020 r.: 333 582 PLN).

#### ZAWARCIE UMOWY PRZEJĘCIA MALL GROUP A.S. I WE|DO CZ S.R.O.

*(poniższe kwoty są podane w PLN i EUR)*

W dniu 4 listopada 2021 r. spółka Allegro.pl złożyła prawnie wiążące zobowiązanie do nabycia 100% udziałów w Mall Group a.s. („Grupa Mall”) oraz 100% udziałów w WE|DO CZ s.r.o. („WE|DO”) od sprzedających udziałowców PPF, EC Investments i Rockaway Capital. Udziały w Grupie Mall i We|Do zostaną nabyte za łączną cenę 881 mln EUR, w oparciu o wycenę spółki wynoszącą 925 mln EUR, skorygowaną o zadłużenie i pozycje zobowiązaniowe w wysokości 44 mln EUR.

Wycena została ustalona na podstawie mechanizmu „lock-box” z datą 31 marca 2021 roku. Zgodnie z ustaleniami umownymi Grupa jest zobowiązana do refinansowania zadłużenia brutto przejmowanych podmiotów. Zgodnie z informacjami otrzymanymi od sprzedającego akcjonariusza, na dzień 31 marca 2022 r. zadłużenie do spłaty przez Grupę wyniesie 126 mln EUR. Odpowiada to kwocie 44 mln EUR, która została wstępnie skorygowana w cenie przejęcia, oraz 82 mln EUR dodatkowego zadłużenia zaciągniętego między 31 marca 2021 r. a datą przejęcia.

Cena końcowa może zostać zwiększona o korektę ceny w wysokości do 50 mln EUR w oparciu o konkretne krótkoterminowe cele finansowe. Zgodnie z umową sprzedaży udziałów uzgodniono wzajemne opłaty z tytułu zerwania umowy w wysokości 50 mln EUR. Realizacja transakcji podlega standardowym procesom uzyskiwania zgód od organów antymonopolowych i organów nadzoru. Przewiduje się, że zostanie sfinalizowana do końca pierwszego półrocza 2022 r.

Zapłata za akcje w wysokości 881 mln EUR zostanie sfinansowana poprzez połączenie ok. 53,7% wynagrodzenia gotówkowego, sfinansowanego z środków pieniężnych w kasie i nowego zadłużenia, oraz ok. 46,3% wynagrodzenia w akcjach, które spółka może uregulować poprzez emisję 33 649 039 nowych akcji, stanowiących 3,3% całkowitego wyemitowanego kapitału Allegro.eu, po uzgodnionej cenie 55,98 PLN za akcję, lub według uznania Grupy poprzez zapłatę równowartości tych akcji w gotówce.

## 36. Zdarzenia po dacie bilansowej

#### REKOMENDACJA RADY DYREKTORÓW DOTYCZĄCA KANDYDATA NA NOWEGO DYREKTORA NIEZALEŻNEGO

Rada Dyrektorów Allegro.eu postanowiła przedłożyć najbliższemu walnemu zgromadzeniu Spółki rekomendację dotyczącą powołania Pana Pedro Arnt na niezależnego dyrektora, na podstawie rekomendacji Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji Spółki.

Pedro Arnt został wskazany przez Komitet Wynagrodzeń i Nominacji jako odpowiedni kandydat do powołania przez walne zgromadzenie Spółki. Pedro Arnt spełnia kryteria określone w Dobrych Praktykach Spółek Notowanych na GPW oraz protokole Komitetu Wynagrodzeń i Nominacji i wyraża zgodę na powołanie go na niezależnego dyrektora Spółki.

#### POWOŁANIE DWÓCH CZŁONKÓW ZARZĄDU ALLEGRO.PL SP. Z O.O.

W dniu 8 lutego 2022 r. Alvis Favara i David Roberts zostali powołani na stanowisko członków zarządu Allegro.pl sp. z o.o., spółki pośrednio zależnej będącej w pełni własnością Spółki, ze skutkiem od 1 marca 2022 r.

Zarówno Alvis Favara, jak i David Roberts dołączyli do Allegro w styczniu 2022 r. – Alvis jako Chief Commercial Officer (CCO), a David jako Chief Technology and Product Officer (CTPO).

#### UMOŻLIWIENIE REALIZACJI NASTĘPNEJ OPCJI SFINANSOWANIA NABYCIA MALL GROUP A.S. ORAZ WE|DO CZ S.R.O.

W dniu 3 lutego 2022 roku Grupa zawarła umowę wielowalutowego Dodatkowego Kredytu Odnawialnego w wysokości 500 000 PLN. Termin spłaty Dodatkowego Kredytu Odnawialnego przypada na październik 2025 roku. Nowa umowa zapewnia dalsze środki do potencjalnego finansowania przejęcia spółek Mall Group a.s. i WE|DO CZ s.r.o. zgodnie z postanowieniami umowy SPA i / lub zapewnienia dodatkowej płynności bezpośrednio tym spółkom po przystąpieniu do SFA jako efektywnie nowym spółkom zależnym.

## POZOSTAŁE INFORMACJE

### 37. Transakcje z podmiotami powiązanymi

Transakcje z podmiotami powiązanymi 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 powiązanymi w okresie zakończonym 31 grudnia 2020 r. oraz 31 grudnia 2021 r.:

Podmiot powiązany	01.01 – 31.12.2021				Stan na 31.12.2021		
	Przychody	Koszty	Przychody finansowe	Koszty finansowe	Należności	Zobowiązania	Pożyczki udzielone
<b>Jednostki stowarzyszone:</b>							
Polskie Badania Internetu sp. z o.o.	—	368	—	—	—	28	—
Fundacja Allegro All For Planet	—	900	—	—	—	—	—
<b>Inne:</b>							
Alter Domus Luxembourg S.à r.l.	—	166	—	—	—	656	—
Culture Amp LTD	—	127	—	—	—	—	—
<b>Razem</b>	<b>—</b>	<b>1 561</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>—</b>	<b>684</b>	<b>—</b>

Podmiot powiązany	01.01 – 31.12.2020				Stan na 31.12.2020		
	Przychody	Koszty	Przychody finansowe	Koszty finansowe	Należności	Zobowiązania	Pożyczki udzielone
<b>Akcjonariusz:</b>							
Mepinan S.a r.l.	—	206	—	—	—	—	—
Cinven Partners LLP	—	1 013	—	—	—	—	—
Permira Advisers (London) Ltd	—	1 381	—	—	—	—	—
<b>Zarządzenie:</b>							
Pożyczki udzielone	—	—	927	—	—	—	—
BlackPines Capital Partners Ltd	—	4 785	—	—	—	—	—
<b>Jednostki stowarzyszone:</b>							
Polskie Badania Internetu sp. z o.o.	—	253	—	—	—	23	—
Fundacja Allegro All For Planet	31	1 950	—	—	7	—	—
<b>Inne:</b>							
Alter Domus Luxembourg S.à r.l.	—	1 094	—	—	—	1 094	—
Culture Amp LTD	—	97	—	—	—	—	—
<b>Razem</b>	<b>31</b>	<b>10 779</b>	<b>927</b>	<b>—</b>	<b>7</b>	<b>1 117</b>	<b>—</b>



## 38. Zatrudnienie

Tabela poniżej prezentuje liczbę pracowników na dzień sprawozdawczy 31 grudnia 2021 r. i 31 grudnia 2020 r.:

	31.12.2021	31.12.2020
Umowa o pracę	3 613	2 721
Kontraktorzy (B2B), agencje pracy i usługi zewnętrzne	1 235	568
<b>Razem</b>	<b>4 848</b>	<b>3 289</b>

Łączna liczba pracowników w 2020 r. została skorygowana retrospektywnie w celu uwzględnienia 130 pracowników agencyjnych w magazynie w Błoniach (wcześniej wyłączonych z podanej liczby 3 159 pracowników).



## 39. Wynagrodzenie kierownictwa

Na dzień bilansowy wynagrodzenie kluczowego kierownictwa podmiotów z Grupy obejmowało:

	31.12.2021	31.12.2020
Krótkoterminowe świadczenia pracownicze	17 341	22 360
Program inwestycyjny dla kierownictwa	—	8 943
Płatności w formie akcji	5 699	—
<b>Razem</b>	<b>23 040</b>	<b>31 303</b>

Łączne wynagrodzenie Kluczowej Kadry Kierowniczej Grupy (Rady Dyrektorów i kluczowych członków wyższego kierownictwa) obejmowało: wynagrodzenia, świadczenia, koszty odpraw, premie za podpisanie umowy oraz koszty Programu Motywacyjnego Allegro. Kluczowe kierownictwo Grupy obejmuje członków Rady Dyrektorów Jednostki Dominującej oraz członków 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 zwykle notowanej Jednostki Dominującej na podstawie wyceny powstałej przy procesie budowy księgi popytu podczas IPO, tj. 43 PLN za 1 nową akcją zwykłą przy łącznej kapitalizacji rynkowej 43 000 000 PLN (więcej w Nocie 28 do Skonsolidowanego sprawozdania ze zmian w kapitale własnym).

W ramach MIP Kierownictwo Grupy posiadało udziały pośrednio poprzez różne klasy akcji w Adiman SCSp oraz bezpośrednio poprzez akcje serii C i D wyemitowane przez Adinan Super Topco S.a r.l. (obecna nazwa: Allegro.eu). Kierownictwo zapłaciło cenę odpowiadającą wartości godziwej wyemitowanych akcji z dnia ich przyznania, przy czym nadwyżka wartości godziwej nad nominalną została ujęta w kapitale z emisji akcji powyżej ich wartości nominalnej.

Zgodnie z zasadami programu MIP Kierownictwo otrzymało pożyczki na zakup udziałów. Część pożyczek została udzielona z niepełną odpowiedzialnością dłużnika, a część z pełną odpowiedzialnością. Kierownictwo było także uprawnione do udziału w tzw. „mechanizmie zapadkowym” (ratchet feature), który polegał na tym, że jeśli w momencie wyjścia z inwestycji (w tym IPO)

ostateczna kwota zwrotu dla Akcjonariuszy Najwyższego 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.

Celem Akcjonariuszy Najwyższego Szczebla było wyjście z inwestycji w nieokreślonym 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.

Na dzień 31 grudnia 2021 roku i 31 grudnia 2020 roku nie występowały już ani pożyczki z pełną i niepełną odpowiedzialnością dłużnika, ani mechanizm zapadkowy, 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. Wszystkie posiadane akcje podlegały umowie o zakazie sprzedaży do października 2021 r.

## 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 w formie akcji”. Pożyczki z niepełną odpowiedzialnością dłużnika, wraz z wyemitowanymi akcjami, uznawane są zgodnie z 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.

Mechanizm zapadkowy, który został przyznany Kluczowemu Kierownictwu Grupy i innym wybranym menedżerom, został również wyceniony zgodnie z MSSF 2 w momencie wprowadzenia programu 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 równolegle 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.

W 2020 r. kwota ujęta w pozycji koszty pracownicze wyniosła 52 191 PLN. 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 są odliczane z pozycji Pożyczki udzielone i Kapitał własny (tj. odpowiednio od kapitału zakładowego i kapitału zapasowego) w okresie obowiązywania programu. Odliczenie zostało odwrócone w momencie zakończenia programu MIP w 2020 roku.

## Program Motywacyjny Allegro

Program Motywacyjny Allegro jest programem płatności opartych na akcjach, wprowadzonym przez Grupę w 2020 roku. Nagrody w programie AIP mogą być przyznawane w formie Świadczeń w postaci Ekwiwalentów akcji za wyniki lub Świadczenie w postaci ekwiwalentów akcji o ograniczonej zbywalności, które dają uczestnikom prawo do bezpłatnego otrzymania Akcji po upływie okresu nabywania uprawnień. Świadczenie w postaci ekwiwalentów akcji za wyniki jest przeznaczone dla Kluczowych Dyrektorów Grupy.

Program został sklasyfikowany jako program motywacyjny oparty na akcjach rozliczany w instrumentach kapitałowych i został ujęty w kosztach pracowniczych i pozostałych kapitałach rezerwowych.

Szczegółowy opis programu AIP przedstawiono w Nocie 28.3.

## 40. Wynagrodzenie biegłego rewidenta

Poniższa tabela przedstawia wynagrodzenie netto PricewaterhouseCoopers („PwC”) należne za okres sprawozdawczy zakończony dnia 31 grudnia 2021 r. oraz 31 grudnia 2020 r. w podziale na rodzaje usług:

	31.12.2021	31.12.2020
Obowiązkowe badanie rocznego sprawozdania finansowego	1 559	1 228
Przeglądy kwartalne	546	270
Wydawanie listów poświadczających	—	2 524
Wsparcie pierwszej oferty publicznej akcji	—	2 405
<b>Razem</b>	<b>2 105</b>	<b>6 427</b>

Wynagrodzenia PwC za usługi niebędące badaniem sprawozdań finansowych naliczone w 2020 roku dotyczyły głównie usług związanych z IPO. Biegli rewidenci przeprowadzili ocenę przed rozpoczęciem jakichkolwiek usług niebędących badaniem i żadna z usług nie naruszyła niezależności PwC. Najbardziej merytoryczne usługi związane z działaniami poprzedzającymi IPO obejmowały:

- badanie Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego Allegro.eu za lata 2017-2019
- przegląd Śródrocznych Skróconych Skonsolidowanych Sprawozdań Finansowych za 6 miesięcy zakończonych 30 czerwca 2020 roku i 30 czerwca 2019 roku
- usługi profesjonalne związane z wydawaniem listów poświadczających
- przegląd Śródrocznego Skróconego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego za okresy trzech i dziewięciu miesięcy zakończone 30 września 2020 r.

Powyższe usługi są uważane za dopuszczalne w świetle odpowiednich przepisów UE, Luksemburga i Polski dotyczących niezależności. Firma PwC potwierdziła niezależność wobec Komitetu Audytu podczas badania w 2020 roku oraz na posiedzeniu zamykającym w dniu 1 marca 2021 roku. Po uzyskaniu przez Allegro.eu statusu podmiotu publicznego jedyne usługi niebędące badaniem w 2020 roku dotyczyły przeglądu Śródrocznego Skróconego Skonsolidowanego Sprawozdania Finansowego za okresy trzech i dziewięciu miesięcy zakończone 30 września 2020 roku. Kwestia ta podlegała zatwierdzeniu przez Komitet Audytu.