



Sprawozdanie Zarządu z działalności Spółki i Grupy Kapitałowej WP

za okres 3 i 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2021 roku



ZAWARTOŚĆ SPRAWOZDANIA

LIST PREZESA DO AKCJONARIUSZY	4
ZESPÓŁ ZARZĄDZAJĄCY WIRTUALNA POLSKA HOLDING S.A.	5
RAPORT Z DZIAŁALNOŚCI SPÓŁKI I GRUPY KAPITAŁOWEJ W 2021 ROKU	6
1. CHARAKTERYSTYKA GRUPY KAPITAŁOWEJ WIRTUALNA POLSKA HOLDING	7
2. OMÓWIENIE WYNIKÓW FINANSOWYCH I SYTUACJI MAJĄTKOWEJ GRUPY KAPITAŁOWEJ	13
3. OMÓWIENIE WYNIKÓW FINANSOWYCH I SYTUACJI MAJĄTKOWEJ SPÓŁKI	26
4. POLITYKA I PERSPEKTYWY ROZWOJU SPÓŁKI I GRUPY KAPITAŁOWEJ	30
5. CZYNNIKI I ZDARZENIA, W SZCZEGÓLNOŚCI O NIETYPOWYM CHARAKTERZE, MAJĄCE ZNACZĄCY WPŁYW NA DZIAŁALNOŚĆ I WYNIKI FINANSOWE SPÓŁKI I GRUPY KAPITAŁOWEJ	33
6. CZYNNIKI, KTÓRE W OCENIE ZARZĄDU BĘDĄ MIAŁY WPŁYW NA OSIĄGNIĘTE WYNIKI FINANSOWE SPÓŁKI I GRUPY KAPITAŁOWEJ W KOLEJNYCH OKRESACH	35
7. ISTOTNE UMOWY I ZDARZENIA, KTÓRE WYSTĄPIŁY W 2021 ROKU	37
8. CZYNNIKI RYZYKA ISTOTNE DLA ROZWOJU SPÓŁKI I GRUPY KAPITAŁOWEJ	38
9. ORGANY, AKCJE I AKCJONARIAT	49
10. INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE	54
11. WYBRANE SKONSOLIDOWANE DANE FINANSOWE W PRZELICZENIU NA EURO	59
OŚWIADCZENIE NA TEMAT ŁADU KORPORACYJNEGO	63
1. ZASADY ŁADU KORPORACYJNEGO, KTÓRYM PODLEGA SPÓŁKA	64
2. OPIS PODSTAWOWYCH CECH STOSOWANYCH W SPÓŁCE I GRUPIE SYSTEMÓW KONTROLI WEWNĘTRZNEJ I ZARZĄDZANIA RYZYKIEM W ODNIESIENIU DO PROCESU SPORZĄDZANIA JEDNOSTKOWEGO I SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO	66
3. KAPITAŁ ZAKŁADOWY I AKCJONARIAT	68
4. SPOSÓB DZIAŁANIA WALNEGO ZGROMADZENIA SPÓŁKI I JEGO ZASADNICZYCH UPRAWNIEŃ ORAZ PRAWA AKCJONARIUSZY I SPOSÓB ICH WYKONYWANIA	71
5. SKŁAD OSOBOWY I OPIS DZIAŁANIA ORGANÓW ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH SPÓŁKI ORAZ JEJ KOMITETÓW	73
6. OPIS POLITYKI RÓŻNORODNOŚCI STOSOWANEJ DO ORGANÓW ADMINISTRUJĄCYCH, ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH	83

OŚWIADCZENIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWEJ	84
LIST OD PREZESA ZARZĄDU	85
1. NASZ BIZNES	86
2. ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ	100
3. STRATEGIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU	137
4. TAKSONOMIA	140
OŚWIADCZENIE ZARZĄDU DOTYCZĄCE SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH I SPRAWOZDANIA ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI W 2021 ROKU ORAZ FIRMY AUDYTORSKIEJ	149

Drodzy Akcjonariusze,

Wystarczy spojrzeć na wschód, aby zobaczyć do czego prowadzi podporządkowanie sobie mediów przez władzę. Świadomi ważnej roli społecznej, w 2021 roku skupialiśmy się szczególnie na ludziach, którzy nie chcieli abyśmy o nich pisali. Upór i odwaga redakcji Wirtualnej Polski (i kilku innych) przypominała marsz rzymskiej formacji Testudo. Mimo nieprzyjaznego otoczenia dla pracy niezależnych mediów, ujawniliśmy opinii publicznej wiele skrywanych, nagannych zachowań i dzięki temu w drugiej połowie roku dominowaliśmy w rankingu najchętniej cytowanych mediów w Polsce.

Za zespołem dziennikarskim WP stoi niezależność ekonomiczna całej grupy kapitałowej, której EBITDA w ubiegłym roku urosła aż o 38%. Nasza działalność reklamowa, realizowana w spółce WP Media od czterech lat rośnie ponadrynkowo, a rok 2021 był kolejnym z wysokim, tym razem 30% wzrostem.

To nie oznacza, że biznes reklamowy się nie transformuje. Po raz pierwszy w historii WP, domy mediowe przestały być pierwszym (choć będą dla nas zawsze ważnym) kanałem sprzedaży. Zmiany w strukturze rynku powodują, że „holdingowymi” - długoterminowymi i istotnymi projektami w mediach są rozwój działalności brokerskiej WPartner i samoobsługowego panelu do zamawiania reklam WP ADS. Dobrze rozwija się projekt 1Login, który zwiększa konwersje na sprzedaż u naszych klientów, sklepów e-commerce, o nawet 57%. W kolejnych latach będziemy jeszcze chętniej udostępniali naszą technologię, w szczególności systemy reklamowe, lokalnym konkurentom. Tylko wspólnie jesteśmy w stanie budować przeciwwagę dla globalnych platform.

W działalności agenta usług turystycznych realizowanego pod marką Wakacje.pl wspieramy organizatorów wyjazdów w ich skutecznej walce z naporem Google'a. Poziom uzależnienia od płatnego i bezpłatnego ruchu płynącego od gracza z Mountain View u niektórych touroperatorów przekracza 50%. Początek 2022 roku pozwalał optymistycznie patrzeć na perspektywy rozwoju, dla tej drugiej, największej spółki naszej grupy kapitałowej. Obecnie trudno jednoznacznie ocenić sytuację, która jest uzależniona od dalszego przebiegu wojny w Ukrainie.

Grupę trzech największych podmiotów grupy kapitałowej zamyka Superauto.pl. Lider wzrostów w 2021 roku. Przed chorzowskim zespołem największym wyzwaniem jest kontynuacja transformacji cyfrowej biznesu przy jednoczesnym zwiększaniu zaangażowania kapitału obrotowego, koniecznego do zabezpieczenia podaży samochodów.

W mniejszych spółkach, które stanowiły razem mniej niż 10% EBITDA grupy kapitałowej w 2021 roku, przed 24 lutego, mieliśmy dobry start w 2022 w Nocowanie.pl, przed którym transformacja modelu biznesowego z ogłoszeniowego w transakcyjny. Nie mniejsze wyzwania ma Domodi.pl i Homebook.pl, które z modeli agregacyjnych ewoluują odpowiednio do reklamowego (integrując się z WP Media) i transakcyjnego, rozwijając głębszy marketplace. Extradom.pl mierzy się ze zmianami deregulacyjnymi w prawie budowlanym oraz rosnącymi kosztami budowy domu, a Totalmoney.pl ze skokowym wzrostem stóp procentowych. Do tego wszystkiego dołączyła w ostatnich tygodniach niepewność niesiona przez wojnę na Ukrainie.

Zawsze, gdy widzimy niepokojące zjawiska, na które nie mamy wpływu, gdy wlatujemy w gęstą, rynkową mgłę, to skupiamy się na pracy u podstaw. Przyspieszamy lub zwiększamy długoterminowe inwestycje w nasz zespół, w nasze produkty i w nasze usługi. To również dobra okazja do zadbania o lepszą przyszłość naszej planety, czego dowodem są nasze kolejne inwestycje w farmy fotowoltaiczne i przygotowanie strategii ESG na najbliższe lata. Tylko takie podejście daje gwarancję zbudowania silniejszej, bardziej odpowiedzialnej społecznie organizacji i przygotowania się na nowe, rynkowe rozdanie, które wkrótce po tym nadchodzi.

Z poważaniem

Jacek Świdorski

Prezes Zarządu Wirtualna Polska Holding SA

Zespół Zarządzający

WP Holding S.A.



Jacek Świdorski
CEO



Krzysztof Sierota
CTO



Michał Brański
VP Strategy



Elżbieta Bujniewicz-Belka
CFO



Joanna Pawlak
VP Media



Aleksander Kusz
VP E-commerce



Angelika Lapeta
VP HR



Adam Rogaliński
VP Corporate Development

A photograph of a modern office interior. In the background, a large illuminated sign reads "WP holding". The office features contemporary lighting, including long horizontal fixtures and clusters of spherical pendant lights. A wooden slat partition is visible in the foreground. The image is partially obscured by a large red geometric overlay in the bottom left corner.

WP holding

Raport z działalności Spółki i Grupy Kapitałowej w 2021 roku

1. CHARAKTERYSTYKA GRUPY KAPITAŁOWEJ WIRTUALNA POLSKA HOLDING

INFORMACJE OGÓLNE I PRZEDMIOT DZIAŁALNOŚCI JEDNOSTKI DOMINUJĄCEJ

Spółka Wirtualna Polska Holding SA („Spółka”, „WPH”, „WPL”) jest wpisana do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. St. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod numerem KRS 0000407130. Spółce nadano numer statystyczny REGON 016366823. Siedziba Spółki mieści się w Warszawie przy ulicy Żwirki i Wigury 16.

Spółka została utworzona na czas nieoznaczony. Podstawowym przedmiotem działania Spółki jest działalność holdingu finansowego oraz świadczenie usług zarządzania.

Spółka jest jednostką dominującą Grupy Kapitałowej Wirtualna Polska Holding.

PRZEDMIOT DZIAŁALNOŚCI GRUPY

Wirtualna Polska to holding technologiczny. Serwisy Grupy WP przygotowujemy w oparciu o innowacyjne rozwiązania, które pozwalają nam na poszerzanie grupy odbiorców oraz precyzyjne dostarczanie usług i reklam.

Naszą misją jest pozostawanie partnerem pierwszego wyboru Polaków, dostarczając angażujące informacje, rozrywkę i usługi oraz inspirację w codziennych decyzjach. Zarówno dla użytkowników, jak i kontrahentów, chcemy być wiarygodną marką zaufania zarówno pod względem treści, jak i oferty. Ciągłe szukamy nowych rozwiązań, by wspólnie z partnerami realizować potrzeby naszych użytkowników.

Zgodnie z ostatnimi dostępnymi danymi z badania Mediapanel za luty 2022 roku serwisy Grupy Wirtualna Polska odwiedziło 21,9 mln realnych użytkowników, którzy wygenerowali 3,9 mld odsłon. Łączny czas jaki spędzili w serwisach wyniósł 71 mln godzin. Zasięg Grupy to 66,1%.

Wirtualna Polska prowadzi działalność na polskim rynku reklamy online oferując swoim klientom szeroką gamę produktów reklamowych. Należą do nich m.in. nowoczesne reklamy display, w tym m.in. reklamy wideo online, reklamy wysyłane pocztą elektroniczną, reklamy na urządzenia mobilne oraz reklamy oparte na modelu efektywnościowym (tj. rozliczane za przejścia do strony, wypełnienie formularza, rejestracje, zakup towarów lub usług, lead generation, performance marketing). WP od lat rozwija sprzedaż w inteligentnym modelu programatycznym, który dostarcza wielu rozbudowanych metryk służących mierzalności prowadzonych kampanii.

Media

Nasi dziennikarze codziennie przygotowują dziesiątki materiałów, wśród nich wywiady, relacje wideo, opinie, reportaże i newsy. Dostarczają bieżących informacji, komentują aktualne wydarzenia i przedstawiają ciekawostki ze świata rozrywki. To dzięki nim Wirtualna Polska jest miejscem, do którego Internauci wracają każdego dnia.

Serwisy i kontent



money.pl

dobreprogramy



SportoweFakty



autokult

Portfolio WP to również szereg serwisów tematycznych. Codziennie prezentujemy najważniejsze wiadomości z kraju i ze świata, prowadzimy najpopularniejszy serwis finansowy w Polsce, dostarczamy również pełny przegląd informacji sportowych, treści motoryzacyjne, technologiczne, lifestylowe i rozrywkowe.

Poczta poczta

Usługami, które ułatwiają naszym użytkownikom komunikację są również WP Poczta i o2 poczta. Oferują m.in. Nielimitowaną pojemność skrzynki i załączniki do 100 MB. Wyróżniają się wysokim poziomem zabezpieczeń i rozwiązaniami dla biznesu.

Jednym z głównych narzędzi rozwijanych w ramach usług poczty elektronicznej jest 1login od WP. Pozwala on nie tylko na dodatkowe, dwuskładnikowe zabezpieczenie konta, ale także na prostsze logowanie do wielu innych usług. Do końca 2021 roku przekonał do siebie 9,6 mln użytkowników. Coraz więcej zewnętrznych partnerów również daje swoim odbiorcom możliwość zalogowania się i uwierzytelniania danych poprzez konto 1Login od WP.

Telewizja

W ramówce Telewizji WP znaleźć można światowe filmy i seriale nieemitowane wcześniej w polskich kanałach otwartej telewizji. Stacja pokazuje autorskie programy informacyjne, programy rozrywkowe oraz dokumenty i cykle o remontowaniu i urządzeniu wnętrz. W 2021 Telewizja WP utrzymała 1. miejsce na MUX8 w grupie komercyjnej 16-59 oraz w dystrybucji naziemnej; średni udział w grupie 16-59 to 0,61%¹

Telewizja WP dostępna jest naziemnie na ósmym multipleksie (MUX8), na platformach Cyfrowy Polsat i CANAL+, w najlepszych sieciach kablowych oraz w usłudze WP Pilot.

Wideo

Naszemu użytkownikom oferujemy również możliwość odbioru tradycyjnej telewizji w wersji online. WP Pilot umożliwia oglądanie ponad 110 kanałów telewizyjnych, z czego kilkanaście całkowicie za darmo. Usługa jest dostępna bez konieczności podpisywania umowy i bez dekodera. W 2021 roku prężnie rozwijała się oferta sportowa, m.in. zostaliśmy partnerem internetowym STATSCORE Futsal Ekstraklasy, czyli najwyższej w hierarchii klasie ligowych rozgrywek tej dyscypliny w Polsce.

Telewizję oglądać można poprzez stronę internetową, aplikacje na platformy Android, iOS, Windows i Xbox oraz z wykorzystaniem Chromecast i Airplay. WP Pilot jest też dostępny w międzynarodowych wersjach urządzeń Amazon – Fire TV Stick 4K Max, sprzęcie do przesyłania strumieniowego oraz Fire TV Stick, przeznaczonego do streamingu w Full HD.

Radio

OpenFM to najpopularniejsze polskie radio internetowe. Do dyspozycji słuchaczy jest niemal 200 zróżnicowanych stacji muzycznych, które podzielone są na kategorie tematyczne. Usługa jest dostępna pod adresem www.open.fm oraz przez aplikację mobilną na platformy Android i iOS.

¹ Badanie I–XII 2021, Nielsen.

Reklama

Wirtualna Polska prowadzi działalność na polskim rynku reklamy online oferując swoim klientom szeroką gamę produktów reklamowych. Należą do nich m.in. nowoczesne reklamy display, w tym m.in. reklamy wideo online, reklamy wysyłane pocztą elektroniczną, reklamy na urządzenia mobilne oraz reklamy oparte na modelu efektywnościowym (tj. rozliczane za przejścia do strony, wypełnienie formularza, rejestracje, zakup towarów lub usług, lead generation, performance marketing). WP od lat rozwija sprzedaż w inteligentnym modelu programatycznym, który dostarcza wielu rozbudowanych metryk służących mierzalności prowadzonych kampanii.

W roku 2021 spółka przeprowadziła szereg działań w obszarze usprawnień technologicznych. Po uruchomieniu WP Sales Booster do użytku klientów oddane zostało narzędzie WP Ads. To platforma, która pozwala na samodzielne planowanie i zarządzanie kampaniami reklamowymi i mailingiem. Pomija pośredników i zapewnia rozliczenie za faktyczną sprzedaż (ROAS). WP Ads to pierwszy tego typu produkt na rynku reklamowym, w 2021 roku dostępny dla 5 branż: odzież i obuwie, dom i ogród, elektronika i media, sport oraz zdrowie i uroda.

Kolejną rozwijaną nowością był WPartner - platforma SSP (Supply-Side Platform), która pozwala innym wydawcom na skuteczną monetyzację własnych powierzchni reklamowych. Rozwiązanie umożliwia wydawcom wybór optymalnej oferty w czasie rzeczywistym, bez konieczności integracji systemów z wieloma partnerami biznesowymi. Jest to możliwe dzięki unikatowej, autorskiej technologii opartej o model programmatic. Dzięki WPartner wydawcy w jednym miejscu mają możliwość emitowania reklam z różnych źródeł (domy mediowe, klienci bezpośredni, klienci regionalni, reklama programmatic), przy zachowaniu najefektywniejszego dla nich modelu rozliczania kampanii.

E-commerce

E-commerce Grupy WP to kompleksowe rozwiązania technologiczne, gwarancja efektywnego dotarcia do odbiorcy, dostarczanie użytkownikom informacji o trendach oraz rekomendacje zakupowe. Grupa działa w obszarach turystyki, mody, wyposażenia wnętrz i projektowania domów, usług finansowych oraz motoryzacji.

W 2021 roku polska branża turystyczna powoli się odradzała. W 2020 roku z powodu pandemii przeżywała jeden z najbardziej dotkliwych kryzysów w historii. Jednak zeszłoroczne lato pokazało, że turystyka zaczęła funkcjonować znacznie lepiej. Polacy chętnie korzystali z ośrodków wypoczynkowych na terenie kraju. Dane GUS mówią, że w lipcu turystów odpoczywających w Polsce, było więcej, zarówno w porównaniu do lipca 2020, jak i 2019 roku.

Częstsze przebywanie w domach spowodowało, że dużo więcej zakupów i usług zamawiano przez internet. E-commerce w czasie pandemii pozwalał klientom na dostęp do szerokiej gamy produktów w bezpieczny sposób, a firmom na funkcjonowanie, mimo restrykcji i ograniczeń. Rosła też grupa klientów preferujących zakupy wyłącznie przez internet.

Zmiany w handlu elektronicznym wywołane przez pandemię pozostaną trendem na dłużej ze względu na nowe przyzwyczajenia zakupowe.

Niestety różnice w dostępie do usług cyfrowych między grupami społecznymi nie pozwalają wszystkim w równy sposób korzystać z wygody handlu elektronicznego.

Podróże



wakacje.pl

Nocowanie.pl



PARKLOT.PL

Serwisy turystyczne wchodzące w skład Grupy zapewniają kompleksową ofertę dla podróżujących oraz poszukujących noclegów w kraju i za granicą. Wakacje.pl to największy online pośrednik turystyczny w Polsce i dynamicznie rozwijająca się sieć salonów stacjonarnych na terenie całego kraju. Każdego dnia na stronach serwisu prezentowane są aktualne oferty największych i uznanych organizatorów imprez turystycznych. Wakacje.pl wspomagają konsumentów w decyzjach zakupowych dzięki unikatowej bazie opinii o hotelach i kierunkach, a także największym turystycznym forum dyskusyjnym, w którym codziennie pojawiają się ciekawe tematy i relacje z podróży. Użytkownicy zainteresowani wypoczynkiem krajowym, mogą skorzystać z usług serwisu nocowanie.pl, który w swojej ofercie ma najszerzą w Polsce bazę krajowych noclegów.

Moda



domodi ALLANI

Misję wspierania naszych użytkowników w ich codziennych decyzjach realizujemy także poprzez usługi oferowane w dwóch największych wyszukiwarkach modowych w Polsce, czyli domodi.pl oraz allani.pl. W ofercie tych serwisów znajduje się kilkaset tysięcy produktów z setek sklepów internetowych.

Wyposażenie wnętrz i projektowanie domów



homebook extradom

Homebook.pl to nowoczesna platforma dla entuzjastów i profesjonalistów projektowania wnętrz. Oferuje użytkownikom możliwość wyszukiwania wśród setek tysięcy produktów z kilkuset sklepów w kategorii dom i wnętrze. Zawiera również rozbudowany dział inspiracji, w którym prezentowane są aranżacje wnętrz, porady i trendy oraz bazę specjalistów z branży. Extradom.pl specjalizuje się w sprzedaży projektów architektonicznych online. Obie marki integrują ścieżkę zakupową konsumentów od projektu domu, poprzez materiały budowlane, aż do wyposażenia wnętrz.

Usługi finansowe



direct.money.pl

totalmoney.pl

Finansowy supermarket

Użytkownikom pomagamy również w ważnych decyzjach dotyczących finansów. Serwisy Grupy WP porównują i pozwalają wybrać najkorzystniejsze oferty ubezpieczeń, kredytów, pożyczek, kart i kont. Nasi eksperci piszą prostym językiem, a tworzone przez nich treści pozwalają odnaleźć się w zawiłym świecie finansów. Dla zainteresowanych pogłębioną wiedzą przygotowują również profesjonalne rankingi i analizy.

Motoryzacja



superauto.pl

Zakup i finansowanie samochodu to kolejny obszar e-commerce, w którym WP działa przez serwis superauto.pl. Prezentuje szeroką ofertę nowych samochodów różnych marek. Najwyższy standard obsługi, realizowany przez zespół doświadczonych doradców, pozwala klientom indywidualnym i firmom na sfinansowanie zakupu nowego samochodu w leasingu, wynajmie lub pożyczce bez wychodzenia z domu.

Poniższa tabela przedstawia pozycję rynkową Grupy Kapitałowej na tle konkurencji.

Nr	Podmiot	Realni użytkownicy (mln)	Odsłony (mld)	Czas spędzony (mln h)
1	Grupa Google	29,0	7,1	163
2	Grupa Youtube	26,6	0,7	412
3	Aplikacja Facebook	22,8	0,0	279
4	Grupa Allegro	22,4	2,6	37
5	Grupa RAS Polska	22,3	3,0	67
6	facebook.com	22,3	1,5	101
7	Aplikacja Messenger	22,2	0,0	114
8	Grupa Wirtualna Polska	21,9	3,9	71
9	Grupa Polsat-Interia	21,1	2,0	37
10	Grupa Agora	18,7	0,7	17

Źródło: Badanie Mediapanel, luty 2022

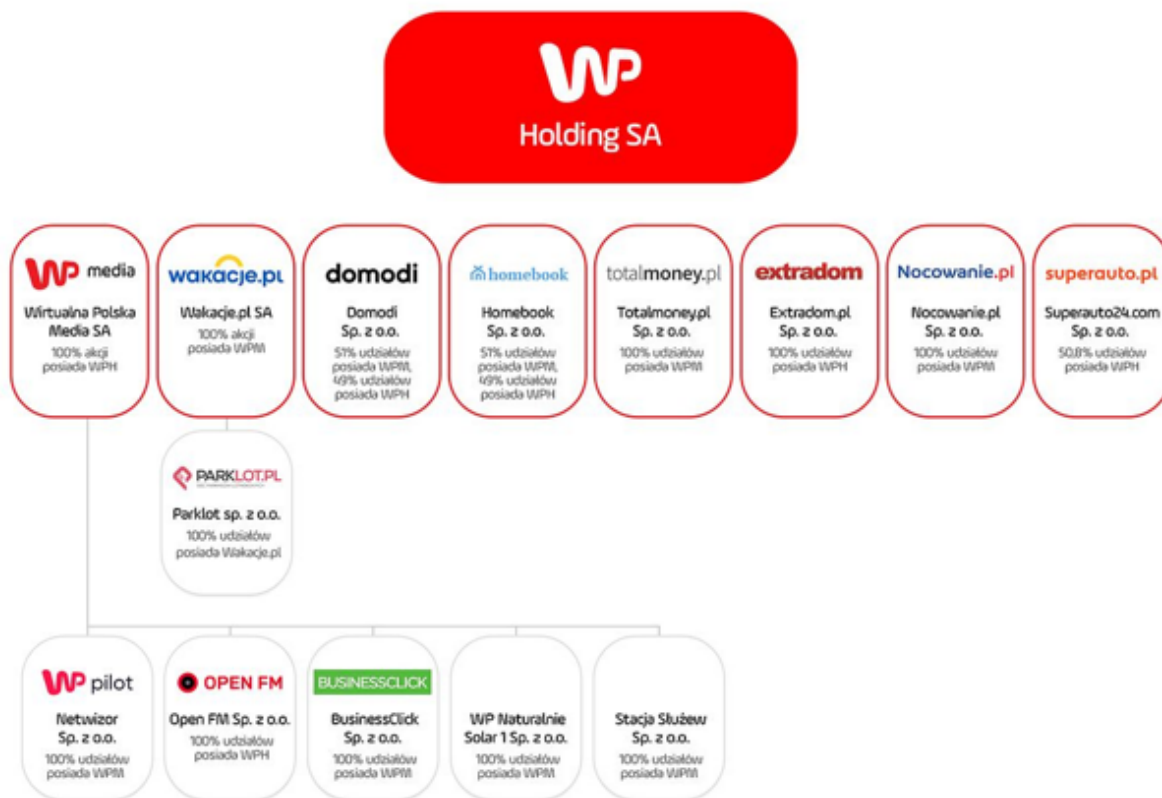
Poniższa tabela przedstawia wyniki Grupy w poszczególnych kategoriach tematycznych, zgodnie z danymi publikowanymi przez badanie Mediapanel z lutego 2022 roku:

Kategoria tematyczna	Realni Użytkownicy (RU)	Miejsce w rankingu
Plotki, życie gwiazd	9 834 372	1
Sport	9 573 228	1
Wielotematyczne serwisy kobiece	9 566 100	1
Nauka i technologia	8 099 514	1
Styl życia	14 866 578	2
Biznes, finanse, prawo	11 370 456	2
Zdrowie i medycyna	9 603 036	2
Filmy, seriale, kino, programy TV	8 227 494	2
Motoryzacja	6 279 444	2
Rodzicielstwo	6 135 264	2
Serwisy pocztowe	7 845 174	2
Podróże i turystyka	5 063 472	3
Kultura, literatura, teatr, wystawy	1 889 244	3
Informacje i publicystyka	12 185 640	4
Kultura i rozrywka	9 750 942	4
Fotografia i grafika	1 581 606	5
Zdrowy styl życia	1 104 192	6
Kuchnia, gotowanie	2 698 434	8
Serwisy VOD i OTT	2 686 770	8
Serwisy pogodowe	706 644	15

Źródło: Badanie Mediapanel, luty 2022

STRUKTURA GRUPY KAPITAŁOWEJ WIRTUALNA POLSKA HOLDING SA

Schemat przedstawia strukturę Grupy na dzień 31 grudnia 2021 roku.



Zmiany w składzie i strukturze Grupy

W dniu 28 kwietnia nastąpiło nabycie zorganizowanej części przedsiębiorstwa, w ramach której prowadzona jest działalność między innymi poprzez serwis 17banków.com za łączną cenę nabycia 5.940 tys. złotych.

W dniu 27 maja 2021 roku nastąpiło nabycie 100% udziałów spółki Stacja Służew sp. z o.o.

W dniu 18 czerwca 2021 roku nastąpiło wykonanie pierwszej opcji na nabycie 8,75% udziałów w kapitale spółki Nocowanie.pl sp. z o.o. W dniu 24 września 2021 roku nastąpiło wykonaniu drugiej opcji na nabycie 6,25% udziałów w kapitale spółki Nocowanie.pl sp. z o.o. W efekcie realizacji tych opcji na dzień niniejszego raportu Grupa posiada 100% kapitału spółki Nocowanie.pl sp. z o.o.

W dniu 2 lipca 2021 roku spółka Wirtualna Polska Media S.A. nabyła 100% udziałów w spółce celowej, będącej właścicielem farmy fotowoltaicznej położonej na Dolnym Śląsku (obecnie WP Naturalnie Solar 1 sp. z o.o.)

Połączenia i podziały w ramach Grupy Kapitałowej zrealizowane w 2021 roku

W dniu 31 maja 2021 roku nastąpił podział spółki Domodi sp. z o.o. poprzez wydzielenie nowopowstałej spółki Homebook sp. z o.o.

W dniu 1 czerwca 2021 nastąpiło połączenie spółki WPZ sp. z o.o. oraz Wirtualna Polska Media SA poprzez przeniesienie na spółkę Wirtualna Polska Media SA całego majątku spółki WPZ sp. z o.o.

Poza opisanymi powyżej zdarzeniami nie wystąpiły inne zmiany w strukturze kapitałowej Grupy.

Zmiany struktury Grupy po dacie bilansowej

Poza opisanymi powyżej zdarzeniami nie wystąpiły inne zmiany w strukturze kapitałowej Grupy.

2. OMÓWIENIE WYNIKÓW FINANSOWYCH I SYTUACJI MAJĄTKOWEJ GRUPY KAPITAŁOWEJ WIRTUALNA POLSKA HOLDING

Dane finansowe za okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2021 i 2020 roku podlegały badaniu przez biegłego rewidenta, natomiast dane za okres 3 miesięcy nie podlegały badaniu ani przeglądowi biegłego. Informacje przedstawione w poniższym zestawieniu powinny być czytane łącznie z informacjami zawartymi w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym.

WYBRANE POZYCJE SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA Z WYNIKU FINANSOWEGO

Poniższa tabela przedstawia główne pozycje sprawozdania z wyniku finansowego za rok zakończony 31 grudnia 2021 i 2020 roku.

(w tys. złotych)	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2021	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2020	Zmiana	Zmiana %
Segment ONLINE				
Przychody ze sprzedaży	845 653	605 735	239 918	39,6%
Przychody gotówkowe ze sprzedaży	820 872	589 468	231 404	39,3%
Skorygowana EBITDA (wg. MSSF 16)	307 008	215 042	91 966	42,8%
EBITDA (wg. MSSF 16)	309 293	200 670	108 623	54,1%
Segment TV				
Przychody ze sprzedaży	26 586	26 551	35	0,1%
Przychody gotówkowe ze sprzedaży	26 586	26 551	35	0,1%
Skorygowana EBITDA (wg. MSSF 16)	810	1 880	(1 070)	(56,9%)
EBITDA (wg. MSSF 16)	810	1 880	(1 070)	(56,9%)
Segmenty łącznie				
Przychody ze sprzedaży	872 239	632 286	239 953	38,0%
Przychody gotówkowe ze sprzedaży	847 458	616 019	231 439	37,6%
Skorygowana EBITDA (wg. MSSF 16)	307 818	216 922	90 896	41,9%
EBITDA (wg. MSSF 16)	310 103	202 550	107 553	53,1%
Amortyzacja środków trwałych i wartość niematerialnych	(82 516)	(80 839)	(1 677)	2,1%
Zysk na działalności operacyjnej	227 587	121 711	105 876	87,0%
Wynik na działalności finansowej	4 173	(30 312)	34 485	(113,8%)
Zysk przed opodatkowaniem	231 760	91 399	140 361	153,6%
Zysk netto	187 797	81 699	106 098	129,9%

Przychody ze sprzedaży usług w segmencie online w 2021 r. wzrosły o 37% r/r, do 721,6 mln PLN. Na wzrost przychodów największy wpływ miały:

- silny wzrost przychodów w części mediów online (co było związane ze znacznym wzrostem rynku reklamy online, zwłaszcza w I połowie 2021 r.),
- wzrost r/r przychodów spółki Wakacje.pl, sprzedającej wycieczki zagraniczne, w związku z poprawą otoczenia rynkowego, poluzowaniem obostrzeń i dostępnością szczepień przeciwko COVID-19. W 2021 r. przychody Wakacje.pl były znacząco wyższe w porównaniu do 2020 r., jednak wciąż ok. 20% poniżej roku 2019 r.
- dynamiczny rozwój Superauto, spółki prowadzącej sprzedaż samochodów online.

Sprzedaż towarów w segmencie online w 2021 r. wyniosła 99,3 mln PLN, w porównaniu do 63,3 mln PLN w 2020 r. Znaczący wzrost jest spowodowany przede wszystkim ewolucją modelu sprzedaży Superauto w trakcie 2020 r. od sprzedaży agencyjnej do sprzedaży hybrydowej (w którym samochody nabywane są przez spółkę zarówno pod konkretne zamówienie klienta, jak i bez takiego zamówienia). W pierwszych trzech

kwartałach 2020 r. przychody ze sprzedaży towarów były raportowane tylko przez Extradom, z kolei w IV kw. 2020 r. Superauto zaraportowało przychody ze sprzedaży towarów, które odnosiły się do III i IV kw. 2020 r.

Skorygowana EBITDA w 2021 r. wyniosła 307,8 mln PLN, co implikuje wzrost o 42% r/r, do czego przyczynił się 30% wzrost r/r skoryg. EBITDA w części mediów online (dzięki wyższym przychodom oraz dźwigni operacyjnej), a także dodatni wynik EBITDA spółki sprzedającej wycieczki zagraniczne Wakacje.pl (w porównaniu do straty EBITDA w 2020 r.).

Segment TV w 2021 r. zaraportował przychody na poziomie 26,3 mln PLN (spadek o 1% r/r). Skorygowana EBITDA segmentu wyniosła 0,8 mln PLN, w porównaniu 1,9 mln PLN w 2020 r.

Raportowana EBITDA w 2021 r. była wyższa od skorygowanej o 2,3 mln PLN. Umorzenie pożyczki PFR w wysokości 14,1 mln PLN powiększyło raportowaną EBITDA. Z kolei korekty związane przede wszystkim z kosztami transakcyjnymi, restrukturyzacyjnymi i opcji menadżerskich w wysokości 12,0 mln PLN wpływały negatywnie na raportowaną EBITDA.

Wynik na działalności finansowej w 2021 r. poprawił się o 34,5 mln PLN r/r i wyniósł 4,2 mln PLN. Przede wszystkim wpłynęło na to utworzenie odpisu aktualizującego wartość należności związanych ze sprzedażą udziału w eSky w 2020 r. w wysokości 9,8 mln PLN, w porównaniu do odwrócenia tego odpisu w 2021 r. Po korekcie o to zdarzenie, wynik na działalności finansowej poprawił się o 14,9 mln PLN, i wyniósł - 5,6 mln PLN, co było spowodowane w dużej części niższymi kosztami odsetek i prowizji (o 3,6 mln PLN), a także odmiennym kształtowaniem się różnic kursowych – w 2021 r. rozpoznano przychody z tytułu dodatnich różnic kursowych w wysokości 2,0 mln PLN, a w 2020 roku Grupa wykazała 4,2 mln PLN kosztu z tytułu ujemnych różnic kursowych (łącznie poprawa wyniku o 6,1 mln PLN). W 2021 r. Grupa rozpoznała 3,5 mln PLN przychodu z tytułu przeszacowania zobowiązania opcji put na udziały niedające kontroli, w porównaniu do 9,1 mln przychodu z tego tytułu w 2020 r. W 2020 r. wynik na działalności finansowej był również obciążony kosztem przeszacowań zobowiązań z tytułu earn-out Superauto oraz udziałem w stratach inwestycji wycenianych metodą praw własności w wysokości 2,9 mln PLN, których nie ponoszono w ogóle w bieżącym roku.

Zysk netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej w 2021 r. wyniósł 182,7 mln PLN, w porównaniu do 78,5 mln PLN w 2020 r.

Poniższa tabela przedstawia główne pozycje sprawozdania z wyniku finansowego za IV kwartał 2021 i 2020 roku.

(w tys. złotych)	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2021	Trzy miesiące zakończone 31 grudnia 2020	Zmiana	Zmiana %
Segment ONLINE				
Przychody ze sprzedaży	242 171	209 591	32 580	15,5%
Przychody gotówkowe ze sprzedaży	234 509	203 983	30 526	15,0%
Skorygowana EBITDA (wg. MSSF 16)	94 859	77 122	17 737	23,0%
EBITDA (wg. MSSF 16)	91 410	71 494	19 916	27,9%
Segment TV				
Przychody ze sprzedaży	7 851	8 870	(1 019)	(11,5%)
Przychody gotówkowe ze sprzedaży	7 851	8 870	(1 019)	(11,5%)
Skorygowana EBITDA (wg. MSSF 16)	1 300	2 649	(1 349)	(50,9%)
EBITDA (wg. MSSF 16)	1 300	2 649	(1 349)	(50,9%)
Segmenty łącznie				
Przychody ze sprzedaży	250 022	218 461	31 561	14,4%
Przychody gotówkowe ze sprzedaży	242 360	212 853	29 507	13,9%
Skorygowana EBITDA (wg. MSSF 16)	96 159	79 771	16 388	20,5%
EBITDA (wg. MSSF 16)	92 710	74 143	18 567	25,0%
Amortyzacja środków trwałych i wartości niematerialnych	(21 702)	(19 385)	(2 317)	12,0%
Zysk na działalności operacyjnej	71 008	54 758	16 250	29,7%
Wynik na działalności finansowej	7 957	(16 105)	24 062	(149,4%)
Zysk przed opodatkowaniem	78 965	38 653	40 312	104,3%
Zysk netto	62 936	40 052	22 884	57,1%

Przychody ze sprzedaży usług w segmencie online w IV kw. 2021 r. wzrosły o 24% r/r, do 210,9 mln PLN. Na wzrost przychodów największy wpływ miały:

- wzrost przychodów w części mediów online
- wzrost r/r przychodów spółki zależnej Wakacje.pl, sprzedającej wycieczki zagraniczne, w związku z poprawą otoczenia rynkowego, poluzowaniem obostrzeń i dostępnością szczepień przeciwko COVID-19. W IV kw. 2021 r. przychody Wakacje.pl były znacząco wyższe niż w okresie porównywalnym 2020 r., jednak poniżej poziomu z IV kw. 2019 r.
- kontynuacja dynamicznego rozwoju spółki sprzedającej samochody (Superauto)

Sprzedaż towarów w IV kw. 2021 r. wyniosła 23,6 mln PLN, w porównaniu do 33,4 mln PLN w IV kw. 2020 r. Spadek jest spowodowany przez ewolucję modelu sprzedaży Superauto w trakcie 2020 r. od sprzedaży agencyjnej do sprzedaży hybrydowej (w którym samochody nabywane są przez spółkę zarówno pod konkretne zamówienie klienta, jak i bez takiego zamówienia). W związku z tym, w IV kw. 2020 r. rozpoznano przychody ze sprzedaży towarów Superauto, odnoszące się do okresu zarówno III, jak i IV kw. 2020 r. Korygując o ten czynnik, sprzedaż towarów w IV kw. 2021r. była wyższa r/r.

Skorygowana EBITDA w IV kw. 2021 r. wyniosła 96,2 mln PLN, co implikuje wzrost o 21% r/r, do czego przyczyniła się m.in. wyższa skoryg. EBITDA w części mediów online (na skutek wyższych przychodów, a także poprawy marży EBITDA dzięki dźwigni operacyjnej), a także znaczny wzrost r/r wyniku EBITDA spółki sprzedającej wycieczki zagraniczne Wakacje.pl. (jednak wciąż widocznie poniżej wyniku odnotowanego w IV kw. 2019 r.).

Segment TV w IV kw. 2021 r. zaraportował przychody na poziomie 8,0 mln PLN (spadek o 10% r/r). **Skorygowana strata EBITDA segmentu wyniosła 1,3 mln PLN,** w porównaniu do 2,6 mln PLN w okresie porównywalnym 2020 r.

Korekty EBITDA kształtowały się na poziomie 3,4 mln PLN, związane przede wszystkim z kosztami transakcyjnymi, restrukturyzacyjnymi i opcji menadżerskich, a także korektą niegotówkowych zysków na transakcjach barterowych. W konsekwencji, raportowana EBITDA w IV kw. 2021 r. wyniosła 92,7 mln PLN.

Wynik na działalności finansowej w czwartym kwartale 2021 r. poprawił się o 24,1 mln PLN r/r, i wyniósł 8,0 mln PLN. Przede wszystkim wpłynęło na to utworzenie odpisu aktualizujący wartość należności związanych ze sprzedażą udziału w eSky w IV kw. 2020 r. w wysokości 9,8 mln PLN, w porównaniu do odwrócenia tego odpisu w IV kw. 2021 r. Po korekcie o to zdarzenie, wynik na działalności finansowej poprawił się o 4,5 mln PLN, i wyniósł -1,8 mln PLN. Koszty odsetek i prowizji wyniosły 2,5 mln PLN. Z kolei przychody z tytułu odsetek i dodatnie różnice kursowe zwiększyły wynik o 0,6 mln PLN.

Zysk netto przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej w IV kw. 2021 r. wyniósł 61,7 mln PLN, w porównaniu do 39,4 mln PLN w IV kw. 2020 r. Przychód finansowy w związku z odwróceniem odpisu na należności po sprzedaży akcji eSky w wysokości 9,8 mln PLN wpłynął pozytywnie na wzrost zysku netto r/r. Z drugiej strony, w IV kw. 2021 r. grupa zaraportowała znacznie wyższe koszty podatku dochodowego w porównaniu do IV kw. 2020 r.

Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej w IV kw. 2021 r. spadły o 8% r/r, do poziomu 52,3mln PLN, pomimo poprawy wyników operacyjnych, głównie w związku ze znacznie wyższą kwotą zapłaconego podatku dochodowego (16,4 mln PLN w IV kw. 2021 r. w porównaniu do 1,0 mln PLN w IV kw. 2020 r.).

Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej w IV kw. 2021 r. były ujemne, na poziomie -21,3 mln PLN, na co miał wpływ przede wszystkim CAPEX w wysokości 19,8 mln PLN (ok. 8% przychodów)

Dług netto na koniec grudnia 2021 r. według MSSF 16 wyniósł 161,7 mln PLN, w porównaniu do 190,5 mln PLN na koniec września 2021 r. Spadek zadłużenia związany był przede wszystkim z wygenerowaniem silnych przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej, które więcej niż skompensowały negatywne przepływy z działalności inwestycyjnej. **Wskaźnik dźwigni finansowej (dług netto / skoryg. EBITDA) na**

koniec IV kw. 2021 r. wyniósł 0,5x. Z kolei wskaźnik dźwigni finansowej skorygowany o zobowiązania warunkowe (związane z akwizycjami) kształtował się na poziomie 0,6x.

Skonsolidowane wyniki Grupy za 2021 oraz 2020 rok uwzględniały wyniki następujących jednostek zależnych:

Lp.	Nazwa podmiotu zależnego	Data objęcia kontroli	% posiadanych udziałów	Okres objęty konsolidacją	
				31 grudnia 2021	31 grudnia 2020
1	Wirtualna Polska Media S.A.	22 grudnia 2010	100%	pełen okres	pełen okres
2	Totalmoney.pl Sp. z o.o.	1 grudnia 2014	100%	pełen okres	pełen okres
3	Businessclick.pl Sp. z o.o.	1 grudnia 2014	100%	pełen okres	pełen okres
4	Domodi.pl Sp. z o.o.	12 września 2014	100%	pełen okres	pełen okres
5	Homebook Sp. z o.o. ⁽¹⁾	12 września 2014	100%	pełen okres	pełen okres
6	Wakacje.pl S.A.	23 grudnia 2015	100%	pełen okres	pełen okres
7	Nocowanie.pl Sp. z o.o.	7 czerwca 2016	100%	pełen okres	pełen okres
8	Netwizor Sp. z o.o.	13 grudnia 2016	100%	pełen okres	pełen okres
9	Parklot Sp. z o.o.	4 października 2018	100%	pełen okres	pełen okres
10	Extradom.pl Sp. z o.o.	28 października 2018	100%	pełen okres	pełen okres
11	Superauto24.com Sp. z o.o.	20 grudnia 2018	51%	pełen okres	pełen okres
12	Open FM Sp. z o.o.	1 lipca 2019	100%	pełen okres	pełen okres
13	WP Naturalnie Solar 1 Sp. z o.o. ⁽²⁾	2 lipca 2021	100%	od 2 lipca 2021	-
14	Stacja Służew Sp. z o.o. ⁽³⁾	27 maja 2021	100%	od 27 maja 2021	-

(1) W dniu 31 maja 2021 roku nastąpił podział spółki Domodi sp. z o.o. poprzez wydzielenie nowopowstałej spółki Homebook sp. z o.o.

(2) W dniu 2 lipca 2021 Grupa nabyła farmę fotowoltaiczną (obecnie WP Naturalnie Solar 1 sp. z o.o.)

(3) W dniu 27 maja 2021 roku nastąpiło nabycie 100% udziałów spółki Stacja Służew sp. z o.o.

SYTUACJA FINANSOWA SPÓŁEK Z GRUPY WIRTUALNA POLSKA HOLDING

Poniżej przedstawiamy podsumowanie sytuacji finansowej i obecnych trendów wpływających na poszczególnych CGU w Grupie Kapitałowej Wirtualna Polska Holding S.A.

Działalność wydawniczo-reklamowa

W 2021 roku działalność wydawniczo-reklamowa notowała silne dodatnie dynamiki przychodów. Była to kontynuacja trendu wzrostowego rozpoczętego w drugim półroczu 2020, spowodowanego m.in. przyspieszeniem procesu cyfryzacji społeczeństwa oraz upowszechnieniem się pracy zdalnej.

W czwartym kwartale 2021 roku grupa obserwowała kontynuację silnego wzrostu w reklamie online, jednak z uwagi na wyższą bazę obserwowane dynamiki wzrostu r/r były niższe w porównaniu do pozostałych kwartałów 2021.

W nadchodzących kwartałach spodziewamy się kontynuacji sprzyjających trendów dla reklamy online (dalszy wzrost udziału reklamy online w całym rynku reklamy), oczekując jednocześnie niższych dynamik wzrostu r/r w porównaniu do okresu od czwartego kwartału 2020 r. do trzeciego kwartału 2021 r. Jednocześnie, zwracamy uwagę, że rynek reklamy jest silnie zależny od sytuacji makroekonomicznej, mierzonej m.in. wzrostem PKB, oraz nastrojami konsumentkami. W wyniku ataku Rosji na Ukrainę 24 lutego 2022 r. banki obniżyły swoje prognozy PKB, jednocześnie spodziewając się wzrostu inflacji oraz stóp procentowych. Wszystkie te czynniki mogą mieć negatywny wpływ na budżety reklamowe.

Turystyka zagraniczna (Wakacje.pl S.A.)

Spółka zajmująca się turystyką zagraniczną Wakacje.pl jest częścią Grupy WPH najbardziej dotkniętą skutkami pandemii COVID-19, zwłaszcza w 2020 r. W 2021 r. rynek turystyki zagranicznej pozostawał pod wpływem szeregu czynników zewnętrznych tj.:

- niepewność podróżujących co do wymogów sanitarnych,
- głośne medialnie pożary w głównych destynacjach turystycznych (Turcja i Grecja),
- silny popyt, który przy ograniczonej podaży skutkował wzrostem cen wycieczek,
- istotny wzrost intensywności obsługi posprzedażowej, związany głównie z restrykcjami związanymi z pandemią COVID.

Sytuacja jest bardzo dynamiczna i wyraźnie widać jak sytuacja epidemiologiczna w danym momencie, jak i nakładane bądź luzowane restrykcje (zarówno w Polsce jak i w kluczowych destynacjach) istotnie wpływają na nastroje konsumentów i zachowania zakupowe.

W związku ze zmieniającymi się restrykcjami i niepewnością otoczenia, szczyt sezonu wakacyjnego w ubiegłym roku cechowała wyraźna tendencja do zakupów wycieczek w formule last minute. Oferta głównych touroperatorów na 2021 r. została zaplanowana znacząco poniżej roku 2019, co w zderzeniu z wysokim popytem na wycieczki doprowadziło do istotnego wzrostu cen usług turystycznych.

W 2021r. poziom sprzedaży spółki Wakacje.pl był znacznie wyższy w porównaniu do 2020 r., wciąż pozostając na poziomie poniżej 2019 r. Najsilniejszy był 3Q 2021r. kiedy przychody spółki były na poziomie zbliżonym do 2019 r. W 4Q 2021 r. wystąpił spadek popytu, zwłaszcza w grudniu, w związku z rozpowszechnieniem się wariantu Omikron koronawirusa SARS-CoV-2.

W ocenie Zarządu rynek turystyki zorganizowanej cechuje wciąż duża zmienność. Na początku 2022 r. obserwowano silne zainteresowanie konsumentów podróżowaniem. Wakacje.pl odnotowywały wzrost zainteresowania zakupem wycieczek, realizowanych zarówno w bliskich terminach (wysoki udział egzotyki w styczniu i lutym), jak i planowanych na sezon letni. Informacje od kontrahentów Wakacje.pl wskazują na możliwość realizacji przez tour operatorów w 2022 r. programu na poziomie lekko powyżej 2019 roku.

Zainteresowanie zakupem wycieczek zagranicznych znacząco spadło bezpośrednio po ataku Rosji na Ukrainę. Faktyczny poziom realizacji usług na rynku zorganizowanej turystyki zagranicznej w 2022 r. będzie zależny nie tylko od obostrzeń i restrykcji związanych z pandemią COVID-19 (które w wielu krajach są znoszone od początku 2022 roku), ale także od rozwoju sytuacji gospodarczo-politycznej w regionie.

Wakacje.pl otrzymały gwarancję wsparcia finansowego w formie zwiększonego limitu pożyczkowego udzielonego przez swojego jedyne go udziałowca tj. spółkę Wirtualna Polska Media S.A.

Wakacje.pl były głównym podmiotem z Grupy korzystającym w największym zakresie z pomocy rządowej w 2021r., szczegóły opisane są w kolejnej części raportu **Wpływ tarczy antykryzysowej i pomocy rządowej**.

Turystyka krajowa (Nocowanie.pl Sp. z o.o.)

W 2021 roku turystyka krajowa wciąż pozostawała poniżej poziomów z 2019 roku, pod względem liczby udzielonych noclegów oraz turystów korzystających z noclegów (GUS). W szczególności w pierwszych miesiącach 2021 roku turystyka krajowa pozostawała pod negatywnym wpływem sytuacji związanej z epidemią COVID-19. Obostrzenia branży noclegowej wpływały na niskie zainteresowanie noclegami ze strony turystów oraz niepewność właścicieli obiektów noclegowych co do sytuacji w branży w roku 2021. W lutym oraz marcu rozpoczęto znoszenie obostrzeń, co skutkowało stopniowym odblokowaniem branży. Od kwietnia 2021 obserwowane było wzmożone zainteresowanie turystów noclegami zarówno na okres przedwakacyjny jak i na terminy przypadające w głównym okresie sezonu.

Poziom wysyłanej dziennej liczby zapytań o wolne noclegi przez turystów oraz ruch na portalu nocowanie.pl w 2021 roku osiągnął historyczne rekordy. W minionym roku turyści byli w większym stopniu zainteresowani wyjazdami krajowymi, niezmiennie popularnością cieszyły się kierunki nadmorskie oraz górskie, a kategoria domków odnotowała największe wzrosty zainteresowania w całej Polsce.

W 2021 Nocowanie.pl powiększyło swoją bazę ofert noclegowych co dodatkowo wpłynęło na wzrost zainteresowania ze strony turystów. Wprowadzenie ułatwionego wyszukiwania obiektów noclegowych z możliwością wykorzystania bonu turystycznego również przyniosło pozytywne rezultaty – turyści chętnie wyszukiwali obiekty, które przystąpiły do programu. Skuteczne przeprowadzenie powszechnego programu

szczepień dodatkowo pozytywnie wpływa na perspektywy rozwoju turystyki krajowej – same obostrzenia są coraz mniej uciążliwe dla właścicieli obiektów.

Zainteresowanie turystyką krajową znacząco spadło bezpośrednio po ataku Rosji na Ukrainę. Spodziewamy się, że popyt na usługi turystyczne będzie zależny nie tylko od obostrzeń i restrykcji związanych z pandemią COVID-19 (których większość w Polsce zostało zniesionych od 1 marca 2022r.), ale także od rozwoju sytuacji gospodarczo-politycznej w regionie.

Lead Generation: moda (Domodi Sp. z o.o.)

Pandemia wprowadziła znaczne zmiany w branży fashion w 2020 roku i trendy te utrzymywały się nadal w 2021 r. Zmieniły się preferencje i zachowania klientów, mamy do czynienia z przyspieszeniem cyfryzacji i obecności kanałów internetowych w sprzedaży. Dla branży to efekt widoczny w większym zainteresowaniu użytkowników przeglądaniem produktów modowych w sieci. Z drugiej strony, widoczna jest rosnąca konkurencja na rynku i walka o pozyskanie użytkowników, intensyfikacja działań dużych graczy nastawionych na rozwój kanałów online-owych i obsługę e-commerce oraz wdrażanie nowoczesnych technologii w ofercie produktów. W drugim półroczu 2021 roku obserwowaliśmy wyhamowanie znaczenia online na korzyść omnichannel. Oferta handlowa w galeriach handlowych przyciąga znaczną część użytkowników, bądź jest miejscem finalizowania transakcji po wcześniejszej eksploracji w sklepie internetowym.

Zmiany w widoczności serwisów w wyszukiwaniach organicznych oraz nasilenie konkurencji ma wpływ na koszty pozyskania ruchu, co przekłada się na niższe marże i ogranicza możliwość skalowania przychodów w kanałach płatnych. Z tego powodu w IV kwartale 2021 roku Domodi zaraportowało spadek przychodów rok do roku.

W IV kwartale Spółka wdrożyła nową strategię marki, polegającą na zmianie w brand wyprzedawczy, zwiększając ekspozycję produktów modowych z niższej i średniej półki cenowej.

W marcu 2022 r. ogłoszono połączenie Domodi Sp. z o.o. z Wirtualna Polska Media S.A, która jest wiodącym podmiotem na rynku internetowej reklamy odzieży i akcesoriów. Połączenie umożliwi realizację dodatkowych synergii (zwłaszcza w obszarze performance marketing, kosztów zakupu ruchu i analizy danych).

Lead Generation: wnętrza (Homebook Sp. z o.o.)

Na rynku wnętrz pandemia wywiera wpływ na działalność spółki w 2 wymiarach: z jednej strony spowodowała przeniesienie sprzedaży z rynku offline do online, ale z drugiej znacząco zwiększyła konkurencję na rynku online. Ta sytuacja ma znaczny wpływ na koszty pozyskania ruchu, co negatywnie przekłada się na marże i ogranicza możliwość skalowania przychodów w płatnych kanałach (Facebook i Google). Homebook odczuł to szczególnie w 2021 r., kiedy zanotował spadek przychodów i EBITDA w ujęciu r/r.

Obecnie spółka pracuje nad poprawą efektywności serwisu i zmianami w modelu biznesowym. Wdrożenie zmian w modelu biznesowym jest planowane w 2 połowie 2022 r.

Lead Generation: usługi finansowe (Totalmoney.pl Sp. z o.o.)

Od drugiej połowy marca 2020 roku ograniczone zostało funkcjonowanie oddziałów stacjonarnych banków i instytucji finansowych, co miało negatywny wpływ na sprawność przeprowadzania transakcji. Banki istotnie zaostryły również ocenę zdolności kredytowej, a część wstrzymała całkowicie współpracę. Obniżki stóp procentowych do najniższego historycznie poziomu spowodowały dodatkowe problemy produktowe po stronie banków i zmusiły je do zmiany ofert. Dodatkowo zapisy umożliwiające klientom zawieszanie spłaty rat kredytowych uderzyły w sektor pożyczek pozabankowych. Od czerwca 2020 r. do lutego 2021 r. obserwowaliśmy stabilizację sytuacji w zakresie sprawności biznesowej banków. W 2Q 2021 r. zanotowaliśmy wzrosty konwersji i przychodów związany z luzowaniem kryteriów udzielania kredytów i zmiany ofert banków i ta sytuacja utrzymywała się również w 3Q 2021 r. Pozytywne dane były również widoczne w raportach rynkowych publikowanych przez BIK oraz wynikach raportowanych przez banki.

Od 4Q 2021r. w związku z rozpoczętym procesem podwyżek stóp procentowych, Totalmoney zanotował spadek zainteresowania użytkowników kredytami gotówkowymi i hipotecznymi oraz spadające konwersje z leadów wysyłanych do instytucji finansowych, co negatywnie przełożyło się na wyniki finansowe.

W 2022 r. spodziewamy się dalszego negatywnego wpływu rosnących stóp procentowych i związanych z tym kosztów kredytów. Zakładamy, że po serii podwyżek, ustabilizowanie sytuacji na rynku kredytów zajmie kilka miesięcy. W średnim terminie spodziewamy się pozytywnego wpływu wyższych kosztów kredytów na potrzebę porównywania ofert banków.

I Extradom

Pandemia początkowo wywarła negatywny wpływ na działalność spółki, ale już w 2H 2020 obserwowano stabilizację i coraz większe zainteresowanie użytkowników produktami oferowanymi przez Extradom.pl. Po dobrych wynikach za 4Q2020, w 1Q2021 Extradom obserwował dalszy wzrost zainteresowania użytkowników tematem projektów domów i zanotował dwucyfrową dynamikę zamówień i przychodów. Od maja 2021 r. spółka obserwowała jednak tendencję spadkową, wynikającą głównie ze znacznego wzrostu kosztów budowy domów (w tym dostępności materiałów i ekip budowlanych). Czynnikiem ten znacząco obniżał bieżący popyt i taka sytuacja utrzymywała się do końca 2021r. Zanotowano spadek zainteresowania zarówno w liczbie wyszukiwań w Google, jak i w liczbie leadów i wartości sprzedanych projektów.

W otoczeniu rynkowym zauważamy m.in. wzrost udziału deweloperów w segmencie budowy domów. Wzrost ten napędzał rynek budowy domów w 2021r. W okresie rosnących cen działek, materiałów budowlanych i kosztów budowy domów w systemie gospodarczym, zakup gotowego domu wydaje się coraz atrakcyjniejszą opcją z punktu widzenia klienta końcowego. Jednocześnie, w segmencie domów deweloperzy osiągają wyższe marże niż w przypadku mieszkań.

W 2022r. spodziewamy się wpływu wzrostu kosztów finansowania budowy i zakupu nieruchomości w związku ze wzrostem stóp procentowych. Wzrost stóp, który rozpoczął się w 4Q 2021 r. może ograniczać rozwój rynku budowy domów w 2022r. Rosnące raty kredytów hipotecznych oraz obniżanie zdolności kredytowej mogą mieć wpływ na decyzje zakupowe Polaków.

I Superauto.pl

Wybuch pandemii koronawirusa w 2020 roku spowodował początkowo istotny spadek popytu na zakup nowych samochodów przy jednoczesnym znacznym zaostrzeniu kryteriów oceny ryzyka kredytowego w bankach i instytucjach leasingowych. Znaczącym problemem było także zerwanie globalnych łańcuchów dostaw prowadzące do zatrzymania produkcji i ograniczenia podaży przez wiele fabryk samochodów. W konsekwencji rynek motoryzacyjny skurczył się w 2020 roku o ok. 25% w stosunku do roku poprzedniego.

Pomimo utrzymania obostrzeń, w pierwszej połowie 2021 roku obserwowaliśmy stopniowe ożywienie rynku motoryzacyjnego, który wykazywał wzrost sprzedaży na poziomie 35% w ujęciu rocznym. Był to jednak głównie efekt niskiej bazy ubiegłego roku, ponieważ w odniesieniu do analogicznego okresu roku 2019 wolumen rejestracji nowych samochodów osobowych i dostawczych spadał o 10%, a zatem rynek wciąż nie powrócił do poziomów sprzedaży sprzed pandemii.

W drugim półroczu 2021 r. ogólna sytuacja branży motoryzacyjnej pogorszyła się. Liczba rejestracji była już wyraźnie niższa niż w roku ubiegłym.

Podsumowując, w okresie od stycznia do grudnia 2021 roku w Polsce zarejestrowano 447 tys. nowych samochodów osobowych – o 4% więcej niż w analogicznym okresie 2020 roku. Natomiast nadal jest to niższy poziom o 20% niż osiągnięty w 2019 roku.

Utrzymującym się problemem jest niska podaż nowych samochodów, co wynika z przestoju produkcyjnych i odroczonej terminów dostaw wywołanych niedoborem komponentów produkcyjnych (głównie półprzewodników) oraz z utrudnień w transporcie międzynarodowym.

Niska podaż samochodów u autoryzowanych dealerów, zmusza konsumentów do intensywnego poszukiwania towaru kierując ich uwagę do Internetu, co przyspiesza postępujące zmiany w zakresie ich przyzwyczajzeń i adopcję modelu kupna samochodu przez Internet, czego beneficjentem jest Superauto.

Wyniki Superauto w 2021 roku istotnie przewyższyły wyniki osiągnięte w analogicznym okresie roku ubiegłego i lat wcześniejszych.

SYTUACJA MAJĄTKOWA GRUPY KAPITAŁOWEJ

W poniższej tabeli przedstawiono skonsolidowane sprawozdanie z sytuacji finansowej Grupy na dzień 31 grudnia 2021 roku oraz 31 grudnia 2020 roku.

(w tys. złotych)	Na dzień 31 grudnia 2021	Na dzień 31 grudnia 2020	Zmiana	Zmiana %
Aktywa trwałe	907 472	887 333	20 139	2,3%
Aktywa obrotowe	355 475	356 500	(1 025)	(0,3%)
Zobowiązania długoterminowe	301 780	435 538	(133 758)	(30,7%)
Zobowiązania krótkoterminowe	217 855	210 601	7 254	3,4%
Kapitał własny przypadający na jednostkę dominującą	728 744	586 658	142 086	24,2%
Kapitał zakładowy	1 462	1 457	5	0,3%
Udziały niedające kontroli	14 568	11 036	3 532	32,0%

Analiza zmian w bilansie Grupy sporządzona została na dzień 31 grudnia 2021 roku w porównaniu do 31 grudnia 2020 roku. Zmiany poszczególnych pozycji bilansowych zostały omówione poniżej.

I Aktywa trwałe

Poniższa tabela przedstawia strukturę aktywów trwałych w podziale na szczegółowe kategorie bilansowe.

(w tys. złotych)	Na dzień 31 grudnia 2021	Struktura 2021	Na dzień 31 grudnia 2020	Struktura 2020	Zmiana	Zmiana %
Rzeczowe aktywa trwałe	102 051	11,2%	106 898	12,0%	(4 847)	(4,5%)
Wartość firmy	368 920	40,7%	364 254	41,1%	4 666	1,3%
Pozostałe aktywa niematerialne	395 850	43,6%	394 900	44,5%	950	0,2%
Długoterminowe aktywa programowe	11 757	1,3%	8 512	1,0%	3 245	38,1%
Należności długoterminowe	747	0,1%	201	0,0%	546	271,6%
Pozostałe aktywa finansowe	27 010	3,0%	10 005	1,1%	17 005	170,0%
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	1 137	0,1%	2 563	0,3%	(1 426)	(55,6%)
Aktywa trwałe	907 472	100,0%	887 333	100,0%	20 139	2,3%

W analizowanym okresie rzeczowe aktywa trwałe odnotowały spadek wartości o 4.847 tys. złotych, co wynikało z kosztów amortyzacji (28.416 tys. złotych) przewyższających poniesione nakłady inwestycyjne (24.013 tys. złotych). W trakcie roku nakłady dotyczyły przede wszystkim nabycia spółki celowej, będącej właścicielem farmy fotowoltaicznej. Grupa przeprowadziła analizę transakcji pod kątem wymogów MSSF 3 Połączenia jednostek. Przeprowadzony test koncentracji na bazie MSSF 3 wykazał, że z perspektywy sprawozdania skonsolidowanego transakcja ta powinna być wykazana jako nabycie aktywów. Łączna wartość transakcji obejmująca zapłatę ceny sprzedaży oraz spłatę kwot wierzytelności z umów pożyczek, których stroną była spółka celowa, wyniosła 12,4 mln złotych. Nabyte aktywa to środki trwałe stanowiące w głównej mierze instalacje fotowoltaiczne wraz z poszczególnymi elementami wyposażenia farmy oraz grunt, o powierzchni 5 ha.

Grupa rozpoznała wartość firmy w wysokości 4.658 tys. złotych w związku z prowizorycznym rozliczeniem nabycia zorganizowanej części przedsiębiorstwa 17bankow.com oraz 8 tys. złotych w związku z prowizorycznym rozliczeniem nabycia udziałów w Stacja Służew sp. z o.o.

Nakłady na wartości niematerialne (53.498 tys. złotych) były w bieżącym okresie niższe od kosztów amortyzacji (54.100 tys. złotych). W 2021 roku Grupa poniosła nakłady głównie na skapitalizowane projekty rozwojowe (38.023 tys. złotych) oraz na zakup nowych systemów użytkowanych w działalności Grupy. Rozpoznała także 1.574 tys. złotych w postaci znaku towarowego i relacji handlowych w ramach rozliczenia nabycia zorganizowanej części przedsiębiorstwa 17bankow.com.

Wzrost wartości pozostałych aktywów finansowych wynika głównie z inwestycji w mniejszościowy pakiet akcji spółki działającej na rynku mediowym (9.404 tys. złotych) oraz w mniejszościowy pakiet akcji spółki Modern Commerce (10.000 tys. złotych). Jednocześnie przeprowadzona na datę bilansową wycena do wartości godziwej pakietu akcji spółek Modern Commerce i Teroplan wykazała konieczność odpowiednio obniżenia wartości o 1.667 tys. złotych i zwiększenia wartości o 55 tys. złotych.

I Aktywa obrotowe

Poniższa tabela przedstawia strukturę aktywów obrotowych w podziale na szczegółowe kategorie bilansowe.

(w tys. złotych)	Na dzień 31 grudnia 2021	Struktura 2021	Na dzień 31 grudnia 2020	Struktura 2020	Zmiana	Zmiana %
Należności handlowe gotówkowe netto	150 297	42,3%	135 846	38,1%	14 451	10,6%
Należności handlowe barterowe	3 656	1,0%	1 805	0,5%	1 851	102,5%
Aktywa z tytułu umów z klientami	8 506	2,4%	1 170	0,3%	7 336	627,0%
Należności publicznoprawne	6 221	1,8%	3 314	0,9%	2 907	87,7%
Należność z tytułu bieżącego podatku dochodowego	1 375	0,4%	4 722	1,3%	(3 347)	(70,9%)
Krótkoterminowe aktywa programowe	1 198	0,3%	540	0,2%	658	121,9%
Należności krótkoterminowe z tytułu działalności finansowej	494	0,1%	288	0,1%	206	71,5%
Należności krótkoterminowe z tytułu działalności inwestycyjnej	19 188	5,4%	7 383	2,1%	11 805	159,9%
Rozliczenia międzyokresowe kosztów	2 734	0,8%	2 206	0,6%	528	23,9%
Zapasy	16 114	4,5%	6 601	1,9%	9 513	144,1%
Pozostałe aktywa obrotowe	10 328	2,9%	4 370	1,2%	5 958	136,3%
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	135 364	38,1%	188 255	52,8%	(52 891)	(28,1%)
Aktywa obrotowe	355 475	100,0%	356 500	100,0%	(1 025)	(0,3%)

W porównaniu do końca 2020 roku wartość środków pieniężnych istotnie spadła, co było spowodowane głównie wcześniejszą spłatą części kredytu inwestycyjnego. Szczegółowa analiza zmian wartości środków pieniężnych jest przedstawiona w kolejnej części raportu dotyczącej analizy rachunku przepływów pieniężnych.

Wzrost wartości pozostałych aktywów obrotowych wynika między innymi ze wzrostu salda rozrachunków z tytułu zaliczek i kaucji związanych z intensywnie rozwijaną działalnością prowadzoną przez spółkę Superauto24.com sp. z o.o. Miało to również bezpośredni wpływ na wzrost wartości zapasów.

Spadek wartości należności z tytułu podatku dochodowego związany jest między innymi z otrzymaniem decyzji Naczelnika Małopolskiego Urzędu Celno-Skarbowego w Krakowie w sprawie określenia wysokości zobowiązania w podatku dochodowym od osób prawnych w związku prowadzoną kontrolą, obejmującą swoim zakresem badanie przestrzegania przez WPM przepisów ustawy z dnia 15.02.1992 roku o podatku dochodowym od osób prawnych za rok 2016. W związku z otrzymaniem pozytywnej decyzji spółka WPM otrzymała zwrot nadpłaconych zaliczek za rok 2016.

Wzrost wartości należności krótkoterminowe z tytułu działalności inwestycyjnej o 11.805 tys. złotych wynika głównie z zawartego w grudniu 2021 r. porozumienia z większościami akcjonariuszami eSky.pl, w ramach

którego m.in. zostały ustalone warunki polubownego zakończenia toczącego się sporu. W ramach porozumienia strony potwierdziły, iż oświadczenia o wykonaniu opcji put z dnia 26 marca 2020 r. złożone przez Grupę zostały złożone skutecznie i w sposób ważny, a w wyniku ich doręczenia doszło do zawarcia ważnych oraz skutecznych umów sprzedaży łącznie 625.000 akcji eSky.pl należących do Grupy, a także iż przedstawiony przez Grupę w oświadczeniach o wykonaniu opcji put sposób obliczenia ceny opcji put jest prawidłowy i stanowi wiążącą kalkulację ceny opcji put. Ostateczna cena została uzależniona od momentu dokonania zapłaty.

Na dzień 31 grudnia 2021 roku oszacowana zgodnie z zasadą ostrożnej wyceny wartość należności wyniosła 17,2 mln złotych. Ostateczna cena realizacji opcji put wyniosła 24,4 mln złotych, a jej płatność nastąpiła w dniu 2 lutego 2022 roku. Różnica pomiędzy ostateczną ceną realizacji opcji a jej wartością bilansową na 31 grudnia 2021 roku zostanie rozpoznana w wyniku finansowym Grupy pierwszego kwartału 2022 roku.

I Zobowiązania długoterminowe

Kolejna tabela przedstawia strukturę zobowiązań długoterminowych w podziale na szczegółowe kategorie bilansowe.

(w tys. złotych)	Na dzień 31 grudnia 2021	Struktura 2021	Na dzień 31 grudnia 2020	Struktura 2020	Zmiana	Zmiana %
Kredyty i pożyczki	202 321	67,0%	320 762	73,6%	(118 441)	(36,9%)
Zobowiązania leasingowe z tytułu prawa do użytkowania aktywów	46 099	15,3%	58 705	13,5%	(12 606)	(21,5%)
Zobowiązania w ramach połączenia przedsięwzięć	7 062	2,3%	9 742	2,2%	(2 680)	(27,5%)
Zobowiązania z tytułu opcji put na udziały niedające kontroli	-	0,0%	7 704	1,8%	(7 704)	(100,0%)
Zobowiązania z tytułu zakupu środków trwałych i wartości niematerialnych	5 116	1,7%	6 576	1,5%	(1 460)	(22,2%)
Zobowiązania z tytułu odroczonego podatku dochodowego	40 155	13,3%	31 469	7,2%	8 686	27,6%
Pozostałe	1 027	0,3%	580	0,1%	447	77,1%
Zobowiązania długoterminowe	301 780	100,0%	435 538	100,0%	(133 758)	(30,7%)

Na dzień 31 grudnia 2021 roku wartość części długoterminowej kredytów i pożyczek spadła o 118.441 tys. złotych, co wynikało głównie z przeznaczenia części nadwyżki środków pieniężnych na wcześniejszą spłatę 100.000 tys. złotych kredytu inwestycyjnego przez spółki Wirtualna Polska Holding SA i Wirtualna Polska Media SA oraz z dokonanych w trakcie roku spłat wynikających z harmonogramu kredytu.

Jednocześnie spółka Wakacje.pl S.A. otrzymała w trakcie roku pożyczkę preferencyjną od Polskiego Funduszu Rozwoju S.A. udzieloną w ramach programu Tarcza Finansowa PFR dla Dużych Firm. Kwota pożyczki wyniosła 18,8 mln złotych. W dniu 15 września 2021 roku spółka zależna Wakacje.pl S.A. otrzymała od Polskiego Funduszu Rozwoju S.A. oświadczenie o częściowym zwolnieniu z długu oraz wysokości umorzenia pożyczki. Umorzenie pożyczki w wysokości 14.112 tys. złotych nastąpiło ze skutkiem od dnia 24 września 2021 roku. Do dnia 31 grudnia 2021 roku spółka Wakacje.pl SA spłaciła całość otrzymanej i nieumorzonej pożyczki.

Zobowiązania w ramach połączenia przedsięwzięć obniżyły swoją wartość o 2.680 tys. złotych, co było spowodowane przede wszystkim spłatą w styczniu 2021 roku kolejnej części zatrzymanej ceny nabycia udziałów w spółce Extradom sp. z o.o. w wysokości 2.450 tys. złotych.

W dniu 18 czerwca oraz 24 września 2021 roku Grupa wykonała opcję kupna odpowiednio 8,75% i 6,25% udziałów w spółce Nocowanie.pl sp. z o.o. za łączną cenę 13.596 tys. złotych. Wykonana opcja była prezentowana na dzień 31.12.2020 roku jako zobowiązanie z tytułu opcji put na udziały niedające kontroli. Na dzień 31 grudnia 2021 roku zobowiązanie z tytułu opcji put na udziały w spółce Nocowanie.pl zostało w całości rozliczone.

W marcu 2021 roku Grupa spłaciła ponadto kolejną ratę zobowiązania z tytułu otrzymanej koncesji telewizyjnej. W styczniu 2016 roku Grupy rozpoznała w swoim bilansie zobowiązanie z tytułu otrzymanej koncesji telewizyjnej, która obowiązuje od 14 stycznia 2016 do 13 stycznia 2026 roku. Opłata za udzielenie koncesji wyniosła 13.545 tys.

złotych i płatna jest w 10 rocznych ratach w wysokości 1.355 tys. złotych każda. Na 31 grudnia 2021 roku, po dokonaniu spłaty sześciu rat opłaty koncesyjnej, zobowiązanie Grupy szacowane wg. zasady zamortyzowanego kosztu wynosi łącznie 6.639 tys. złotych, z czego 4.959 tys. złotych ma charakter zobowiązania długoterminowego.

I Zobowiązania krótkoterminowe

Poniższa tabela przedstawia strukturę zobowiązań krótkoterminowych w podziale na szczegółowe kategorie bilansowe:

(w tys. złotych)	Na dzień 31 grudnia 2021	Struktura 2021	Na dzień 31 grudnia 2020	Struktura 2020	Zmiana	Zmiana %
Kredyty i pożyczki	33 791	15,5%	34 604	16,4%	(813)	(2,3%)
Zobowiązania leasingowe z tytułu prawa do użytkowania aktywów	14 861	6,8%	14 613	6,9%	248	1,7%
Zobowiązania handlowe gotówkowe	55 188	25,3%	46 006	21,8%	9 182	20,0%
Zobowiązania handlowe barterowe	2 947	1,4%	2 414	1,1%	533	22,1%
Zobowiązania z tytułu umów z klientami i z tytułu zwrotu wynagrodzenia	53 398	24,5%	44 482	21,1%	8 916	20,0%
Zobowiązania publicznoprawne	13 792	6,3%	12 248	5,8%	1 544	12,6%
Zobowiązania z tytułu wynagrodzeń	9 541	4,4%	13 497	6,4%	(3 956)	(29,3%)
Zobowiązania z tytułu zakupu środków trwałych i wartości niematerialnych	6 791	3,1%	6 839	3,2%	(48)	(0,7%)
Pozostałe zobowiązania krótkoterminowe	14 823	6,8%	10 646	5,1%	4 177	39,2%
Rezerwy na świadczenia pracownicze	5 945	2,7%	4 850	2,3%	1 095	22,6%
Pozostałe rezerwy	783	0,4%	1 065	0,5%	(282)	(26,5%)
Zobowiązania warunkowe w ramach połączenia przedsięwzięć	-	0,0%	7 100	3,4%	(7 100)	(100,0%)
Zobowiązania z tytułu nabycia przedsięwzięć (inne niż earn-out)	2 872	1,3%	2 318	1,1%	554	23,9%
Zobowiązania z tytułu opcji put na udziały niedające kontroli	-	0,0%	9 039	4,3%	(9 039)	(100,0%)
Zobowiązania z tytułu bieżącego podatku dochodowego	3 123	1,4%	879	0,4%	2 244	255,3%
Zobowiązania krótkoterminowe	217 855	100,0%	210 600	100,0%	7 255	3,4%

W analizowanym okresie krótkoterminowa część kredytów i pożyczek spadła o 813 tys. złotych. Było to spowodowane obniżeniem zobowiązania krótkoterminowego z tytułu kredytu inwestycyjnego Grupy w związku z wcześniejszą częściową spłatą kredytu, przy jednoczesnym rozpoznaniu zobowiązania z tytułu pożyczki stockowej na finansowanie nabycia pojazdów sprzedawanych w ramach działalności spółki Superauto w kwocie 3.208 tys. złotych.

W trakcie roku Grupa rozliczyła całość zobowiązania z tytułu opcji put na udziały niedające kontroli. Szczegóły zostały opisane w części raportu dotyczącej zobowiązań długoterminowych.

Spadek zobowiązania warunkowego w ramach połączenia przedsiębiorstw wynika z całkowitego rozliczenia zobowiązania wobec udziałowców mniejszościowych Superauto24.com sp. z o.o. w wysokości 7.100 tys. złotych.

I Kapitał własny

(w tys. złotych)	Na dzień 31 grudnia 2021	Struktura 2021	Na dzień 31 grudnia 2020	Struktura 2020	Zmiana	Zmiana %
Kapitał własny przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej, w tym:	728 744	98,0%	586 658	98,2%	142 086	24,2%
Kapitał podstawowy	1 462	0,2%	1 457	0,2%	5	0,3%
Kapitał zapasowy	327 085	44,0%	324 485	54,3%	2 600	0,8%
Kapitał z aktualizacji wyceny	(1 598)	(0,2%)	123	0,0%	(1 721)	(1399,2%)
Pozostałe kapitały rezerwowe	14 770	2,0%	5 467	0,9%	9 303	170,2%
Zyski zatrzymane	387 025	52,1%	255 126	42,7%	131 899	51,7%
Udziały niedające kontroli	14 568	2,0%	11 036	1,8%	3 532	32,0%
Kapitał własny	743 312	100,0%	597 694	100,0%	145 618	24,4%

W 2021 roku kapitał własny przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej wzrósł łącznie o 142.086 tys. złotych. Zmiana w kapitałach własnych przypadających na akcjonariuszy jednostki dominującej wynikała z następujących zdarzeń:

- I** wzrost kapitału własnego o 182.702 tys. złotych tytułem wypracowanego w 2021 roku zysku netto przypadającego na akcjonariuszy jednostki dominującej;
- I** obniżenie kapitału własnego o 45.300 tys. złotych w związku z wypłatą dywidendy dla akcjonariuszy jednostki dominującej;
- I** wzrost kapitału własnego o 1.563 tys. złotych tytułem przeniesienia do kapitałów własnych przypadających na akcjonariuszy jednostki dominującej kapitałów przypadających na udziałowców niedających kontroli w związku z nabyciem 15% udziałów w Nocowanie.pl sp. z o.o.
- I** wzrost kapitału własnego o 2.605 tys. złotych w związku z przyjęciem do depozytu papierów wartościowych, wprowadzeniem do obrotu oraz zapisaniem akcji na rachunkach uprawnionych w ramach funkcjonującego w Grupie programu opcyjnego, przy czym 5 tys. złotych podwyższyło kapitał zakładowy, natomiast pozostała część tj. 2.600 tys. złotych przeznaczona została na kapitał zapasowy;
- I** wzrost kapitału własnego o 2.236 tys. złotych tytułem podwyższenia pozostałych kapitałów w związku z nabyciem praw do kolejnej transzy opcji na akcje w obowiązujących programach motywacyjnych.
- I** spadek kapitału własnego o 1.720 tys. złotych w związku z wyceną do wartości godziwej posiadanego pakietu akcji Modern Commerce, klasyfikowanego jako instrument finansowy wyceniany w wartości godziwej przez pozostałe całkowite dochody oraz rozpoznanymi stratami aktuarialnymi z programów określonych świadczeń emerytalnych
- I** w wyniku rozliczenia opcji na nabycie udziałów niekontrolujących Nocowanie.pl Grupa dokonała przeklasyfikowania kapitału rezerwowego wynikającego z początkowego ujęcia tej opcji do zysków zatrzymanych w kwocie 7.066 tys. złotych. Zmiana ta nie miała wpływu na łączną wartość kapitału własnego przypadającego akcjonariuszom jednostki dominującej.

W 2021 roku udziały niedające kontroli zwiększyły swoją wartość o 3.532 tys. złotych, co wynikało z wypracowanego w tym okresie przez Nocowanie.pl sp. z o.o. oraz Superauto24.com sp. z o.o. zysku w wysokości 5.095 tys. złotych przypadającej udziałowcom niekontrolującym. Jednocześnie, w efekcie rozliczenia sprzedaży 15% udziałów przez udziałowca mniejszościowego w Nocowanie.pl sp. z o.o. wartość 1.563 tys. złotych została przeniesiona z udziałów niedających kontroli do zysków zatrzymanych przypadających na akcjonariuszy jednostki dominującej.

OMÓWIENIE PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH GRUPY W 2021 ROKU

(w tys. złotych)	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2021	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2020
Przepływy netto z działalności operacyjnej	244 690	211 024
Przepływy netto z działalności inwestycyjnej	(114 289)	(65 824)
Przepływy netto z działalności finansowej	(184 285)	(31 630)
Przepływy pieniężne netto razem	(53 884)	113 570

EBITDA wygenerowana przez grupę, która wyniosła 310.103 tys., skorygowana o wzrost kapitału obrotowego o 21.281 tys. złotych, przyczyniła się do wygenerowania dodatnich przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej w wysokości 244.690 tys. złotych. Jednocześnie, przepływy z tytułu podatku dochodowego były ujemne i wyniosły 28.551 tys. złotych.

Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej były ujemne i wyniosły w analizowanym okresie 114.289 tys. złotych, co wynikało przede wszystkim z poniesionych nakładów inwestycyjnych (CAPEX) na zakupy aktywów niematerialnych oraz środków trwałych 77.977 tys. złotych, spłaty kolejnej części zatrzymanej ceny Extradom.pl Sp. z o.o. (2.450 tys. złotych), nabycia zorganizowanej części przedsiębiorstwa 17bankow.com (5.940 tys. złotych) oraz całkowitej spłaty wynagrodzenia należnego udziałowcom mniejszościowym Superauto24.com (7.100 tys. złotych). Ponadto Grupa dokonała inwestycji między innymi w mniejszościowy pakiet akcji spółki działającej na rynku mediowym (9.404 tys. złotych) oraz w mniejszościowy pakiet akcji spółki Modern Commerce (10.000 tys. złotych). Zakupione akcje nie dają Grupie kontroli ani istotnego wpływu na działalność spółek w których akcje zainwestowano.

Przepływy netto z działalności finansowej były ujemne i ukształtowały się w bieżącym okresie na poziomie 184.285 tys. złotych, co wynikało przede wszystkim z spłaty kredytów i pożyczek (128.214 tys. złotych), wypłaty dywidendy dla akcjonariuszy jednostki dominującej (45.300 tys. złotych), realizacji opcji do wykupu udziałów niekontrolujących w Nocowanie.pl sp. z o.o. (13.596 tys. złotych), spłaty zobowiązań z tytułu leasingu (12.411 tys. złotych) oraz spłaty odsetek i prowizji bankowych (9.543 tys. złotych). W ramach działalności finansowej Grupa wykazała ponadto wpływ 2.605 tys. złotych z tytułu podwyższenia kapitału podstawowego w związku z emisją kolejnych akcji w ramach istniejących programów motywacyjnych, wpływ 18.838 tys. złotych z tytułu otrzymanej przez spółkę Wakacje.pl pożyczki w ramach Tarczy Finansowej PFR dla Dużych Firm (14.112 tys. złotych tej pożyczki zostało we wrześniu 2021 roku umorzone) oraz zmianę salda zadłużenia z tytułu pożyczki stockowej z przeznaczeniem na finansowanie lub refinansowanie nabycia pojazdów, sprzedawanych w ramach działalności spółki Superauto..

Ponadto w związku z istotnym osłabieniem polskiej waluty w stosunku do EUR i USD Grupa dokonała przeszacowania wartości posiadanych środków pieniężnych w walutach obcych i rozpoznała dodatnie różnice kursowe w wysokości 993 tys. złotych.

WYBRANE WSKAŹNIKI FINANSOWE SEGMENTU ONLINE

Wskaźniki finansowe SEGMENT ONLINE	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2021	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2020
Przychody ze sprzedaży (tys. złotych)	845 653	605 735
Przychody ze sprzedaży (wzrost YoY)	40%	(12%)
Przychody gotówkowe ze sprzedaży	820 872	589 468
Wynik na sprzedaży (bez barterów)	788 001	562 915
Przychody gotówkowe ze sprzedaży (wzrost YoY)	39,3%	(11%)
Marża EBITDA skorygowana wg. MSSF 16 (do przychodów gotówkowych)	39%	38%
Wskaźnik dźwigni finansowej (Dług Netto/Ebitda skorygowana LTM wg. MSSF 16)	0,53	1,12

Główne wskaźniki finansowe analizowane przez Zarząd Grupy dotyczą wyłącznie jej działalności w segmencie online i są to przychody gotówkowe ze sprzedaży i ich zmiana oraz skorygowana marża EBITDA.

Przychody gotówkowe ze sprzedaży wzrosły w 2021 roku o 40% w stosunku do roku poprzedniego. Wzrost ten wynika głównie z dużo lepszych przychodów ze sprzedaży wycieczek zagranicznych oraz wzrostu przychodów w branży wydawniczo-reklamowej. Wzrost przychodów branży wydawniczo-reklamowej, która wykazuje się wyższą marżowością, spowodował wzrost marży EBITDA Grupy z 38% do 39%.

Poza wskaźnikami wymienionymi powyżej, Zarząd Grupy na bieżąco monitoruje wartości wskaźników finansowych zdefiniowanych w umowie kredytowej. Na dzień sporządzenia niniejszego raportu wskaźniki te plasowały się na poziomach satysfakcjonujących i nie wskazujących na ryzyko niespełnienia wymogów co do ich wartości, wynikających z umowy kredytowej.

3. OMÓWIENIE WYNIKÓW FINANSOWYCH I SYTUACJI MAJĄTKOWEJ SPÓŁKI

Dane finansowe za okres 12 miesięcy zakończony 31 grudnia 2021 i 2020 roku podlegały badaniu przez biegłego rewidenta, natomiast dane za okres 3 miesięcy nie podlegały badaniu ani przeglądowi biegłego rewidenta. Informacje przedstawione w poniższym zestawieniu powinny być czytane łącznie z informacjami zawartymi w sprawozdaniu finansowym.

WYBRANE POZYCJE SPRAWOZDANIA Z JEDNOSTKOWEGO WYNIKU FINANSOWEGO SPÓŁKI

Poniższa tabela przedstawia główne pozycje jednostkowego sprawozdania z wyniku finansowego Spółki Wirtualna Polska Holding SA za rok zakończony 31 grudnia 2021 i 2020 roku:

w tys. zł	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2021	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2020	Zmiana	Zmiana %
Przychody ze sprzedaży	-	-	-	n/d
Dywidendy otrzymane	92 300	2 500	89 800	n/d
Zysk/Strata na działalności operacyjnej	38 224	(36 725)	74 949	(204,1%)
Przychody finansowe	5 731	5 524	207	3,7%
Koszty finansowe	(1 293)	(4 815)	3 522	(73,1%)
Zysk/strata przed opodatkowaniem	42 662	(40 957)	83 619	(204,2%)
Zysk/strata netto	42 662	(40 968)	83 630	(204,1%)

Spółka prowadzi działalność holdingową i osiąga przychody z tytułu otrzymanych dywidend i odsetek od udzielonych pożyczek. W trakcie roku 2021 Spółka otrzymała dywidendę od spółki zależnej Wirtualna Polska Media S.A. w kwocie 90.000 tys. złotych oraz Extradom.pl Sp. z o.o. w wysokości 2.300 tys. złotych.

Czynnikiem mającym istotny wpływ na wysokość osiągniętego w roku 2021 wyniku jest odpis na wartość udziałów w spółkach Domodi Sp. z o.o. i Homebook Sp. z o.o. W ocenie Zarządu aktualne racjonalne prognozy finansowe pozwalają wycenić bieżącą wartość inwestycji na 26.970 tys. złotych, Koszt odpisu w wysokości 46.627 tys. złotych został ujęty w roku 2021.

Poniższa tabela przedstawia główne pozycje jednostkowego sprawozdania z wyniku finansowego WPH za sam czwarty kwartał 2021 i 2020 roku.

w tys. zł	Za okres trzech miesięcy zakończony 31 grudnia 2021 roku	Za okres trzech miesięcy zakończony 31 grudnia 2020 roku	Zmiana	Zmiana %
Przychody ze sprzedaży	-	-	-	n/d
Strata na działalności operacyjnej	(22 574)	(2 510)	(20 064)	799,4%
Przychody finansowe	1 316	1 541	(225)	(14,6%)
Koszty finansowe	(255)	(1 089)	834	(76,6%)
Zysk/strata przed opodatkowaniem	(21 513)	(2 059)	(19 454)	944,8%
Zysk/strata netto	(21 513)	(2 070)	(19 443)	939,3%

SYTUACJA MAJĄTKOWA SPÓŁKI

W poniższej tabeli przedstawiono sprawozdanie z sytuacji finansowej Spółki na dzień 31 grudnia 2021 oraz 2020 roku.

w tys. zł	Na dzień 31 grudnia 2021	Struktura 2021	Na dzień 31 grudnia 2020	Struktura 2020	Zmiana	Zmiana %
Aktywa trwałe	412 759	98,2%	461 457	99,2%	(48 698)	(10,6%)
Aktywa obrotowe	7 734	1,8%	3 532	0,8%	4 202	119,0%
Zobowiązania długoterminowe	26 192	6,2%	63 087	13,6%	(36 895)	(58,5%)
Zobowiązania krótkoterminowe	9 807	2,3%	17 945	3,9%	(8 138)	(45,3%)
Kapitał własny	384 494	91,4%	383 957	82,6%	537	0,1%

W stosunku do końca 2020 roku głównymi wydarzeniami wpływającymi na bilans spółki była aktualizacja wartości inwestycji w udziały i akcje oraz wcześniejsza częściowa spłata kredytu inwestycyjnego. Wpływ tych zdarzeń na poszczególne składowe bilansu omówiony został w ramach analizy tych pozycji.

I Jednostkowe aktywa trwałe

Poniższa tabela przedstawia strukturę jednostkowych aktywów trwałych Spółki w podziale na szczegółowe kategorie bilansowe.

w tys. zł	Na dzień 31 grudnia 2021	Struktura 2021	Na dzień 31 grudnia 2020	Struktura 2020	Zmiana	Zmiana %
Rzeczowe aktywa trwałe	1	0,0%	4	0,0%	(3)	(75,0%)
Udziały i akcje	359 604	87,1%	396 828	86,0%	(37 224)	(9,4%)
Udzielone pożyczki	53 154	12,9%	64 625	14,0%	(11 471)	(17,8%)
Aktywa trwałe	412 759	100%	461 457	100%	(48 698)	(10,6%)

W ciągu 2021 roku wartość udziałów i akcji posiadanych przez spółkę uległa obniżeniu o 37.224 tys. złotych. Spowodowane było to głównie utworzeniem odpisu aktualizujący wartość udziałów w Domodi Sp. z o.o. i Homebook Sp. z o.o. w wysokości 46.914 tys. złotych. Szczegóły dotyczące przeprowadzonej wyceny aktywów finansowych opisano w nocie 10 jednostkowego sprawozdania finansowego. Dokonany odpis ma charakter niepieniężny i pozostaje bez wpływu na bieżącą sytuację finansową Spółki i Grupy Kapitałowej.

Spółka ponadto nabyła mniejszościowy pakiet akcji w spółce Modern Commerce (10.000 tys. złotych), którego wycena do wartości godziwej na 31 grudnia 2021 r. została obniżona o 1.667 tys. złotych.

W wyniku wyceny do wartości godziwej wartość mniejszościowego pakietu akcji w spółce Teroplan S.A. została podwyższona o 55 tys. złotych.

Ponadto, w roku zakończonym 31 grudnia 2021 wartość posiadanych akcji i udziałów została podwyższona o łączną kwotę 964 tys. złotych w związku z rozliczeniem programu płatności opartych na akcjach.

Spółka otrzymała również spłatę kapitału udzielonych spółkom zależnym pożyczek w wysokości 11.500 tys. złotych.

I Jednostkowe aktywa obrotowe

Poniższa tabela przedstawia strukturę jednostkowych aktywów obrotowych Spółki w podziale na szczegółowe kategorie bilansowe.

w tys. zł	Na dzień 31 grudnia 2021	Struktura 2021	Na dzień 31 grudnia 2020	Struktura 2020	Zmiana	Zmiana %
Należności publiczno-prawne	142	1,8%	155	4,4%	(13)	(8,4%)
Pozostałe aktywa obrotowe	3 722	48,1%	25	0,7%	3 697	14 788,0%
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	3 870	50,0%	3 352	94,9%	518	15,5%
Aktywa obrotowe	7 734	100,0%	3 532	100%	4 202	119,0%

W analizowanym okresie wzrosła wartość należności handlowych w związku z dokonanymi w grudniu 2021 roku refakturami na spółki zależne części kosztów wynikających z jednorazowych usług doradczych.

Szczegółowa analiza zmian wartości środków pieniężnych zostanie przedstawiona w kolejnej części raportu dotyczącej analizy rachunku przepływów pieniężnych.

I Jednostkowe zobowiązania długoterminowe

Poniższa tabela przedstawia strukturę jednostkowych zobowiązań długoterminowych w podziale na szczegółowe kategorie bilansowe.

w tys. zł	Na dzień 31 grudnia 2019 roku	Struktura 2021	Na dzień 31 grudnia 2020 roku	Struktura 2020	Zmiana	Zmiana %
Kredyty bankowe	19 130	73%	53 358	85%	(34 228)	(64,1%)
Zobowiązania z tytułu nabycia przedsiębiorstw	7 062	27%	9 729	15%	(2 667)	(27,4%)
Zobowiązania długoterminowe	26 192	100%	63 087	100%	(36 895)	(58,5%)

Zobowiązania w ramach połączenia przedsiębiorstw obniżyły swoją wartość o 2.667 tys. złotych, głównie w związku ze spłatą w styczniu 2021 roku kolejnej części zatrzymanej ceny nabycia udziałów w spółce Extradom Sp. z o.o. (2.450 tys. złotych).

W dniu 28 czerwca 2021 roku Spółka dokonała ponadto przedterminowej spłaty 34 mln złotych kredytu (12.750 tys. złotych Transzy A oraz 21.250 tys. złotych Transzy B).

I Jednostkowe zobowiązania krótkoterminowe

Poniższa tabela przedstawia strukturę jednostkowych zobowiązań krótkoterminowych Spółki w podziale na szczegółowe kategorie bilansowe:

w tys. zł	Na dzień 31 grudnia 2021 roku	Struktura 2021	Na dzień 31 grudnia 2020 roku	Struktura 2020	Zmiana	Zmiana %
Kredyty bankowe	2 838	28,9%	5 899	33%	(3 061)	(51,9%)
Zobowiązania handlowe gotówkowe	3 214	32,8%	419	2%	2 795	667,1%
Zobowiązania inwestycyjne	2 871	29,3%	9 558	53%	(6 687)	(70,0%)
Zobowiązania publicznoprawne	385	3,9%	12	0%	373	3 108,3%
Zobowiązania z tytułu wynagrodzeń	499	5,1%	2 046	11%	(1 547)	(75,6%)
Zobowiązania z tytułu bieżącego podatku dochodowego	-	0,0%	11	0%	(11)	(100,0%)
Zobowiązania krótkoterminowe	9 807	100,0%	17 945	100%	(8 138)	(45,3%)

Zobowiązania krótkoterminowe spadły w 2021 roku o 8.138 tys. złotych.

Największy wpływ na spadek zobowiązań krótkoterminowych na dzień 31 grudnia 2021 roku miało rozliczenie całości zobowiązania z tytułu earn-out Superauto24.com, które na 31 grudnia 2020 roku wynosiło 7.100 tys. złotych.

Spółka dokonała ponadto wcześniejszej częściowej spłaty kredytu inwestycyjnego w kwocie 34 mln złotych, co skutkowało obniżeniem wartości przyszłych rat kapitałowych, a w konsekwencji obniżeniem wartości zobowiązania krótkoterminowego z tytułu kredytów bankowych.

I Jednostkowy kapitał własny

Poniższa tabela przedstawia strukturę jednostkowych kapitałów własnych Spółki:

w tys. zł	Na dzień 31 grudnia 2021 roku	Struktura 2021	Na dzień 31 grudnia 2020 roku	Struktura 2020	Zmiana	Zmiana %
Kapitał podstawowy	1 462	0,4%	1 457	0,4%	5	0,3%
Kapitał zapasowy	327 085	85,1%	324 485	84,5%	2 600	0,8%
Pozostałe kapitały rezerwowe	13 108	3,4%	12 539	3,3%	569	4,5%
Zyski zatrzymane	42 839	11,1%	45 476	11,8%	(2 637)	(5,8%)
Kapitał własny	384 494	100,0%	383 957	100%	537	0,1%

W ciągu dwunastu miesięcy 2021 roku kapitał własny zwiększył się łącznie o 537 tys. złotych. Zmiana wynikała z następujących zdarzeń:

- wzrost kapitału własnego o 42.662 tys. złotych tytułem wygenerowanego w 2021 roku zysku
- spadek kapitału własnego o 45.300 tys. złotych tytułem wypłaconej dywidendy
- wzrost kapitału własnego o 2.605 tys. złotych w związku z przyjęciem do depozytu papierów wartościowych, wprowadzeniem do obrotu oraz zapisaniem akcji na rachunkach uprawnionych w ramach funkcjonującego w Grupie programu opcyjnego. 5 tys. złotych podwyższyło kapitał zakładowy, natomiast pozostała część tj. 2.600 tys. złotych przeznaczona została na kapitał zapasowy;
- wzrost kapitału własnego o 2.236 tys. złotych tytułem podwyższenia pozostałych kapitałów w związku z nabyciem praw do kolejnej transzy opcji na akcje w obowiązujących programach motywacyjnych;
- spadek kapitału własnego o 1.667 tys. złotych w związku z wyceną do wartości godziwej posiadanego pakietu akcji Modern Commerce, klasyfikowanego jako instrument finansowy wyceniany w wartości godziwej przez pozostałe całkowite dochody.

OMÓWIENIE JEDNOSTKOWYCH PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH SPÓŁKI

w tys. zł	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2021	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2020	Zmiana	Zmiana %
Przepływy netto z działalności operacyjnej	83 998	(1 231)	85 229	(6 923,6%)
Przepływy netto z działalności inwestycyjnej	(2 400)	4 047	(6 447)	(159,3%)
Przepływy netto z działalności finansowej	(81 080)	(750)	(80 330)	10 710,7%
Przepływy pieniężne netto razem	518	2 066	(1 548)	(74,9%)

Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej w 2021 roku były dodatnie i wyniosły 83.998 tys. złotych. Wynikały one głównie z otrzymanych w trakcie roku dywidend od spółek zależnych.

Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej były ujemne i wyniosły 2.400 tys. złotych, co wynikało głównie z dokonanych akwizycji (10.051 tys. złotych), spłaty zobowiązań inwestycyjnych (9.550 tys. złotych), przy jednocześnie otrzymanych wpływach z tytułu spłaty udzielonych pożyczek wraz z należnymi odsetkami (13.088 tys. złotych) oraz otrzymanej zapłaty z tytułu świadczonej przez Spółkę usługi gwarancji kredytu wobec jednostki zależnej Wirtualna Polska Media SA o wartości 4.113 tys. złotych.

Przepływy z działalności finansowej w 2021 roku były ujemne i wyniosły 81.080 tys. złotych, głównie w wyniku spłaty części kapitałowej i odsetkowej kredytu (38.150 tys. złotych) oraz wypłaty dywidendy (45.300 tys. złotych).

Środki otrzymane z tytułu podwyższenia kapitału w efekcie realizacji programu opcyjnego wyniosły 2.605 tys. złotych.

4. POLITYKA I PERSPEKTYWY ROZWOJU SPÓŁKI I GRUPY KAPITAŁOWEJ WIRTUALNA POLSKA HOLDING SA

Zdaniem Zarządu następujące tendencje będą się wpływać na działalność jednostki dominującej i Grupy:

- Rynek reklamy jest silnie zależny od sytuacji makroekonomicznej, mierzonej m.in. wzrostem PKB oraz nastrojami konsumenckimi. W wyniku ataku Rosji na Ukrainę 24 lutego 2022 r. banki obniżyły swoje prognozy PKB, jednocześnie spodziewając się wzrostu inflacji oraz stóp procentowych. Wszystkie te czynniki mogą mieć negatywny wpływ na budżety reklamowe. Potencjalny spadek dynamiki sprzedaży detalicznej może mieć negatywny wpływ na przychody spółek e-commerce.
- Wzrost udziału reklamy online w całkowitej wartości wydatków reklamowych w Polsce. W ramach reklamy online w Polsce najszybciej rosnącymi segmentami będą segmenty reklamy wideo stanowiącej element nowoczesnego display oraz reklamy na urządzenia mobilne – będzie to spowodowane głównie wzrostem dostępności i spadkiem cen szybkich połączeń internetowych oraz upowszechnieniem smartfonów i tabletów;
- Dynamiczny wzrost wartości rynku e-commerce w Polsce w najbliższych latach, który będzie spowodowany zarówno wzrostem liczby osób dokonujących zakupów w internecie, liczby i wartości transakcji dokonywanych przez takie osoby w internecie, jak i rozwojem systemów płatności elektronicznych na urządzeniach mobilnych; a także rozwojem infrastruktury logistycznej, w szczególności dostaw poniżej 2 godzin (jedzenie, zakupy lokalne) oraz 48 godzin (dla e-zakupów tradycyjnych), jak i odbiorów w sieciach paczkomatów i kioskach;
- Wzrost przychodów Grupy wynikający z pozytywnego wpływu powyższych tendencji rynkowych na działalność Grupy, a także ze zwiększenia efektywności reklamy dzięki wykorzystaniu obecnych zasobów i narzędzi do analizy dużych i różnorodnych zbiorów danych (tzw. big data) w celu lepszego dopasowania przekazu reklamowego do profilu użytkownika, a także daje możliwość wyodrębniania gotowych lub przygotowywanych na indywidualne potrzeby klientów Grupy WP segmentów konsumentów;
- Powrót zainteresowania turystyką zagraniczną w 2022 r. Po bardzo dużym spadku wolumenów na rynku turystyki zagranicznej w 2020 r., ściśle związanym z restrykcjami spowodowanymi pandemią koronawirusa SARS-Cov-2, w 2021 r. obserwowano powrót liczby sprzedanych wycieczek zagranicznych do 60-70% poziomu z 2019r. Wciąż najważniejszymi czynnikami wpływającymi na kształtowanie się popytu są obowiązujące obostrzenia epidemiczne (w kraju, jak i w destynacjach docelowych), skuteczność programów szczepień oraz ogólna sytuacja ekonomiczna gospodarstw domowych. Informacje od kontrahentów Wakacje.pl wskazują na możliwość realizacji przez tour operatorów w 2022 r. programu na poziomie lekko powyżej 2019 roku. Na początku 2022 roku Grupa obserwowała wysokie zainteresowanie ofertą turystyki zagranicznej, które znacząco spadło bezpośrednio po ataku Rosji na Ukrainę. Faktyczny poziom realizacji usług na rynku zorganizowanej turystyki zagranicznej w 2022 roku będzie zależny bardziej od sytuacji geopolitycznej, niż od obostrzeń i restrykcji związanych z pandemią COVID-19 (które w wielu krajach są znoszone od początku roku).
- Najwięksi marketerzy tradycyjni oraz w coraz większym stopniu podmioty e-commerce (duże e-sklepy) od ekosystemów (platform) reklamowych takich jak WP oczekują kompleksowych, pakietowanych działań – od formatów wizerunkowych poprzez angażujące akcje specjalne aż do tzw. kampanii performance (rozliczanych za efekt). Grupa WP już dziś jest gotowa (technologia i ludzie) i pełni rolę tzw. one-stop shop (miejsce obsługi wszystkich potrzeb) oraz widzi siebie jako beneficjenta rosnących wymagań reklamodawców co do efektywności kampanii mierzonej sprzedażą;

- Zwiększenie wykorzystania modelu zautomatyzowanego zakupu powierzchni reklamowej w czasie rzeczywistym do dokonywania zakupu produktów reklamowych na polskim rynku online, który ma obecnie pozytywny wpływ na przychody Grupy;
- Podnoszenie konwersji w serwisach e-commerce Grupy WP za sprawą rozwoju mechanizmów rekomendacji i personalizacji (big data, machine learning). Skala działalności grupy w poszczególnych wortalach pozwala zwiększać inwestycje w rozwiązania, których koszt jest prohibytywny dla małych i średnich graczy. Rozwój tych narzędzi to również jedna z synergii w Grupie WP.
- Pozytywny wpływ synergii przychodowych i kosztowych oczekiwanych przez Grupę z przeprowadzonych przez Grupę akwizycji;
- Wzrost kosztów, w szczególności wynagrodzeń, wynikający z podnoszenia jakości treści udostępnianych użytkownikom oraz rozwoju liczby i jakości treści wideo.

Celem nadrzędnym Grupy jest utrzymanie pozycji największego, polskiego holdingu technologicznego w branży mediowo-e-commerce'owej. Cel ten Grupa chciałaby osiągnąć poprzez realizację poniższych celów strategicznych i kierunków rozwoju:

- **Reklama Online** - Transparentne rozliczanie, innowacyjne formaty i dostarczanie rozbudowanych metryk mierzalności:
 - **Rozwój technologii** - wdrażanie mechanizmów i technologii umożliwiających coraz lepsze dostosowanie usług i treści do oczekiwań odbiorców. Praca nad projektami umożliwiającymi zaawansowane targetowanie i personalizację reklam.
 - **Mobile** - zdobycie i utrzymanie pozycji lidera w Polsce w zakresie reklamy na urządzenia mobilne;
 - **Personalizacja treści** - mechanizmy personalizujące rekomendacje materiałów dla użytkowników;
 - **Powierzchnie zewnętrzne** - wzrost sprzedaży reklam na powierzchniach zewnętrznych.
- **E-commerce** - wykorzystanie potencjału szybko rosnącego rynku e-commerce w kluczowych kategoriach produktowych;
- **Big data** - wykorzystanie kluczowej przewagi konkurencyjnej Grupy, jaką są różnorodne zbiory danych o zachowaniach konsumenckich Polaków;
- **Poczta elektroniczna i 1Login** - utrzymanie i rozwój usług poczty elektronicznej i 1Login jako narzędzia do komunikacji i źródła informacji istotnego do personalizacji treści, usług i reklam;
- **New business i akwizycje** - wzmocnienie wzrostu organicznego Grupy poprzez transakcje przejęć innych podmiotów.

W 2021 roku Grupa konsekwentnie realizowała opisane powyżej cele strategiczne i planuje je kontynuować w kolejnych okresach. Poniżej znajduje się opis głównych dokonań w poszczególnych obszarach strategicznych Grupy oraz planów co do nich w kolejnych okresach:

- **Rozwój technologii (nowoczesny display/e-commerce/performance)** - w 2021 roku kontynuowaliśmy nasze prace m.in. nad własną platformą reklamową WP Marketing Platform, która służy do prowadzenia skutecznych działań reklamowych zarówno na powierzchniach własnych Grupy, jak i na powierzchniach zewnętrznych. W jej skład wchodzi zaawansowany adserwer realizujący kampanie bazujące na danych o użytkownikach, wieloetapowych scenariuszach zaangażowania i skutecznym domykaniu transakcji (WP Marketing Cloud / WP Audience Center / WP Sales Booster), tracking i analiza efektywności biznesowej działań mediowych (WP Pixel/ WPMetrics) oraz wspierana przez technologię rozpoznawania użytkowników pomiędzy urządzeniami (WP Cross-Device) i w świecie bez 3rd party cookies (WP Universal ID).

W 2021 r. kontynuowaliśmy również prace nad systemem do samodzielnego ustawiania i optymalizacji kampanii reklamowych - aplikacja ADS.WP.PL przeznaczona jest dla klientów segmentu e-commerce i

posiada produkty dostosowane do ich potrzeb, które zostały udostępnione w połowie 2021 roku. Unikatową wartością rozwiązania jest możliwość zamawiania kampanii w modelu ROAS, który uzależnia koszty kampanii od wygenerowanych przez nią przychodów w sklepie internetowym.

Ponadto, kontynuowaliśmy rozwój autorskiego rozwiązania wspólnego mechanizmu i identyfikatora (1Login) umożliwiającego logowanie zarówno do naszych usług pocztowych, jak również w pozostałych serwisach należących do WPH oraz serwisach zewnętrznych. Od 2020 roku 1Login wdrożony jest w całej przestrzeni serwisów Wirtualna Polska Media, a także większości serwisów Holdingu, które mają opcję logowania. Pozyskaliśmy też partnerów zewnętrznych, którzy wdrożyli nasze rozwiązanie do swoich serwisów.

- **Mobile** – w 2021 r. prace koncentrowały się na poprawie efektywności kanału mobilew kampaniach, osiągając wysokie, dwucyfrowe wzrosty przychodów. W 2022 r. planujemy kontynuować prace nad rozwojem Mobile, w tym planujemy inwestować w aplikacje mobilne w naszych spółkach e-commerce.
- **Big data** - w 2021 roku kontynuowaliśmy przyjęty w latach poprzednich cel stworzenia z WP organizacji typu data driven, wdrażając kolejne dashboardsy biznesowe w oparciu o wypracowane technologie, wspomagające pracę całej organizacji. W kolejnych okresach będziemy kontynuować rozwój Hubu Analitycznego, wdrażając kolejne dashboardsy biznesowe, rozbudowując zbiory danych oraz nadal poprawiając ich jakość;
- **Personalizacja treści na serwisach** – w 2021 r. kontynuowano prace udoskonalające mechanizmy personalizujące rekomendacje materiałów dla użytkowników serwisów WP znajdujących się na stronach artykułowych. W kolejnych okresach planujemy systematycznie rozbudowywać zbiory danych o naszych użytkownikach i rozszerzyć personalizację na portalu, między innymi wykorzystując wiedzę o demografii użytkowników i ich lokalizacji;
- **Poczta elektroniczna i 1Login** - W zakresie bezpieczeństwa, dzięki udostępnieniu Użytkownikom mechanizmu logowania 1Login od WP, poza wygodą logowania nie tylko do Poczty, mają oni również możliwość dodatkowego zabezpieczenia dostępu do swojego konta za pomocą drugiej metody uwierzytelniania (2FA). Oprócz tego, w poczcie stale pracujemy nad mechanizmami zabezpieczającymi użytkowników przed niechcianą oraz niebezpieczną korespondencją. W 2021r. kontynuowaliśmy prace nad 1Login, który jest narzędziem do komunikacji i źródłem informacji istotnym dla personalizacji treści, usług i reklam. Na koniec 2021 r. posiadaliśmy 9,8mln kont 1Login, a dzienna średnia liczba użytkowników przekroczyła 2 mln.
- **Powierzchnie zewnętrzne** – w 2021 r. poszerzyliśmy naszą ofertę usług reklamowych na powierzchniach zewnętrznych w ramach WPartner. W 2022 r. planujemy dalszy rozwój w tym zakresie, zarówno przez udoskonalanie narzędzi, jak i dalsze zwiększanie liczby partnerów oferujących swoją powierzchnię w ramach tej usługi.
- **Wideo** - Dysponujemy 3 studiami o łącznej powierzchni 1500 metrów kwadratowych, studia wyposażone są w najnowocześniejszy sprzęt produkcyjny, dysponujemy między innymi robotami kamerowymi, ścianą wizyjną o wielkości 1000 cali, a także specjalną scenografią bazującą na 28 sektorach świetlnych. Do dyspozycji jest również nowoczesny sprzęt zdjęciowy, drony oraz zestawy do zdalnej transmisji wideo. W 2021 r. zwiększyliśmy liczbę publikowanych materiałów wideo. Rozpoczęliśmy produkcję regularnych programów informacyjnych poruszających aktualne wiadomości z kraju i ze świata (WP News, Newsroom WP).

W związku z faktem, iż działalność Spółki ogranicza się do działalności holdingowej, jej perspektywy rozwoju i tendencje są de facto perspektywami i tendencjami, które będą się utrzymywać i wpływać na działalność całej Grupy Kapitałowej.

5. CZYNNIKI I ZDARZENIA, W SZCZEGÓLNOŚCI O NIETYPOWYM CHARAKTERZE, MAJĄCE ZNACZĄCY WPŁYW NA DZIAŁALNOŚĆ I WYNIKI FINANSOWE SPÓŁKI I GRUPY KAPITAŁOWEJ

W analizowanym okresie następujące znaczące czynniki wpływały na wyniki finansowe i operacyjne Spółki i Grupy Kapitałowej:

- wpływ COVID-19 na działalność operacyjną i wyniki finansowe Grupy Kapitałowej;
- istotne przejęcia dokonane przez Grupę w poprzednich okresach;
- zwiększenie efektywności dzięki wykorzystaniu zasobów danych Grupy oraz narzędzi big data;
- koszty finansowania związane z akwizycjami;

■ Wpływ COVID-19 na działalność operacyjną i wyniki finansowe Grupy Kapitałowej

W marcu 2020 roku wystąpił w Polsce stan epidemii w związku z zakażeniami wirusem SARS-CoV-2 powodującym chorobę COVID-19. W ramach walki z rozprzestrzenianiem się koronawirusa wprowadzony został szereg obostrzeń, w szczególności obowiązek dystansowania społecznego, czasowe zamknięcie granic oraz ograniczenie funkcjonowania punktów handlowych i usługowych. Miało to bardzo negatywny wpływ na naszą działalność, zwłaszcza na budżety reklamowe (w pierwszej połowie 2020 r.) oraz przychody spółek turystycznych (w związku z restrykcjami dotyczącymi przemieszczenia się).

Jednocześnie, na skutek restrykcji (m.in. w handlu stacjonarnym) i upowszechnienia się pracy zdalnej, obserwowaliśmy przyspieszenie trendu przenoszenia użytkowników do świata online, co miało pozytywny wpływ na wzrost rynku handlu internetowego (począwszy od końca I kw. 2020 r.) i reklamę online (począwszy od połowy 2020 r.). Z drugiej strony, nasilenie się konkurencji na rynku online, powoduje znaczący wzrost kosztów pozyskania ruchu, co negatywnie przekłada się na marże działalności e-commerce.

Od początku 2022 r., w związku z szeroką dostępnością szczepień, a także mniejszą liczbą przypadków śmiertelnych i hospitalizowanych, wiele krajów rozpoczęło łagodzenie i znoszenie restrykcji związanych z COVID-19 (m.in. Dania, Norwegia, Wielka Brytania, Szwajcaria, Portugalia, Austria).

Na dzień niniejszego raportu w Polsce pełną dawką zaszczepiono ok. 22,3 mln osób (58,8% populacji), z tego 11,6 mln zostało zaszczepionych również dawką przypominającą. W nadchodzących okresach spodziewamy się dalszego luzowania restrykcji związanych z pandemią COVID-19 i mniejszego wpływu na wyniki grupy.

Wpływ tarczy antykryzysowej i pomocy rządowej.

W dniu 17 marca 2021 roku spółka zależna Wakacje.pl S.A. podpisała umowę pożyczki preferencyjnej z Polskim Funduszem Rozwoju S.A. udzielonej w ramach programu Tarcza Finansowa PFR dla Dużych Firm na kwotę 18,8 mln złotych. Polski Fundusz Rozwoju S.A. może, na wniosek pożyczkobiorcy, umorzyć zobowiązanie w kwocie odpowiadającej maksymalnie 75% wartości przyznanej pożyczki. W dniu 15 września 2021 roku PFR przekazał Wakacje.pl SA. oświadczenie o umorzeniu pożyczki w kwocie 14,1 mln złotych.

Wakacje.pl S.A. skorzystała także z pomocy rządowej przewidzianej w Rozporządzeniu z dnia 26 lutego 2021 roku w sprawie wsparcia uczestników obrotu gospodarczego poszkodowanych wskutek pandemii COVID-19. Na jego mocy Spółka uzyskała świadczenie na rzecz ochrony miejsc pracy w postaci 3-miesięcznego dofinansowania do wynagrodzeń. Ponadto, na mocy tego samego aktu, Spółka uzyskała zwolnienie z obowiązku opłacania składek ZUS za miesiące grudzień 2020, styczeń 2021, luty 2021, marzec 2021 oraz kwiecień 2021.

Wpływ COVID-19 na płynność Grupy

Na dzień zatwierdzenia niniejszego raportu finansowego Grupa utrzymuje wysoki poziom płynności oraz generuje zadawalające przepływy pieniężne. Na dzień 31 grudnia 2021 roku Grupa posiadała ok. 135 milionów złotych środków pieniężnych na rachunkach bankowych. W ocenie Zarządu posiadane środki i generowane w bieżących okresach przepływy pieniężne zapewniają Grupie płynność finansową i zdolność do regulowania zobowiązań, w tym w szczególności zobowiązań Grupy z tytułu zaciągniętych kredytów inwestycyjnych. W ocenie Zarządu nie

występuje również ryzyko przekroczenia dozwolonego poziomu wskaźników finansowych zawartych w umowie kredytów, których stroną jest Grupa.

Zarząd zaznacza, że powyższe czynniki zostały opisane w oparciu o najlepszą wiedzę Zarządu na dzień publikacji niniejszego raportu. Ostateczny wpływ epidemii koronawirusa COVID-19 na działalność operacyjną i finansową Grupy nie jest na dziś możliwy do oszacowania w rzetelny sposób i zależy od wielu czynników niezależnych od Grupy, w szczególności od czasu trwania pandemii i jej dalszego rozwoju, skuteczności Narodowego Programu Szczepień przeciw COVID-19, jak również dalszych potencjalnych działań, które mogą zostać podjęte przez polski rząd.

I Istotne przejęcia dokonane przez Grupę

Od 2014 roku Grupa intensywnie dokonuje transakcji przejęć innych podmiotów działających na rynku reklamy internetowej i e-commerce, w tym w zakresie generowania leadów na rynku e-commerce. W 2015 roku Grupa nabyła akcje lub udziały w spółkach: NextWeb Media sp. z o.o., Blomedia.pl Sp. z o.o., Finansowysupermarket.pl Sp. z o.o. Web Broker Sp. z o.o., Allani Sp. z o.o. oraz Wakacje.pl SA. Natomiast w roku 2016 skład Grupy rozszerzył się o TotalMoney.pl Sp. z o.o., Nocowanie.pl Sp. z o.o. oraz Netwizor Sp. z o.o., w 2017 roku skład Grupy Kapitałowej rozszerzony został o eHoliday.pl Sp. z o.o., w 2018 o My Travel Sp. z o.o., Extradom.pl Sp. z o.o., Superauto24.com Sp. z o.o. oraz Parklot Sp. z o.o., a w 2019 o Travel Network Solutions Sp. z o.o. i Autocentrum.pl SA. Wymienione powyżej akwizycje miały wpływ na wzrost przychodów oraz poziomu EBITDA w porównaniu do analogicznego okresu roku poprzedniego. Miały one także istotny wpływ na wysokość amortyzacji wykazanej w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym Grupy, gdyż w ramach procesu alokacji ceny nabycia tych podmiotów zidentyfikowane zostały liczne znaki towarowe i relacje z klientami, które są obecnie amortyzowane i koszt ten ujmowany jest w skonsolidowanym wyniku finansowym Grupy.

I Zwiększenie efektywności dzięki wykorzystaniu zasobów danych Grupy i narzędzi big data

Grupa posiada jedną z największych w Polsce baz użytkowników portali internetowych oraz największą w Polsce bazę użytkowników poczty elektronicznej. Osiągnięcie powyższej pozycji było możliwe m.in. dzięki dokonaniom przez Grupę akwizycjom.

Posiadanie dużej liczby użytkowników usług i treści daje Grupie, w granicach przewidzianych przepisami prawa, dostęp do informacji o zachowaniach użytkowników. Dzięki dostępowi do dużej liczby danych o zachowaniach użytkowników (a w szczególności o treściach i usługach, z których korzystają użytkownicy) oraz postępowi w zakresie możliwości analizy dużych zasobów danych, który dokonał się w ostatnich latach (pojawienie się narzędzi do analizy dużych, różnorodnych zbiorów danych powstających z dużą częstotliwością – tzw. big data), Grupa ma istotny potencjał zwiększenia efektywności operacyjnej m.in. dzięki wprowadzeniu personalizacji treści, a także dzięki personalizacji reklam, których efektywność zwiększa się przez wyeliminowanie reklam produktów, którymi dany użytkownik nie jest zainteresowany.

I Koszty finansowania związane z akwizycjami

Grupa korzysta z finansowania dłużnego w zakresie swojej działalności akwizycyjnej.

Zadłużenie Grupy wynika m.in. ze sfinansowania kredytem bankowym części ceny (175 milionów złotych) za zakup akcji w Wirtualna Polska SA, ceny nabycia udziałów w Money.pl Sp. z o.o. (47 milionów złotych), części ceny nabycia akcji w Wakacje.pl SA (50 milionów złotych), części ceny nabycia udziałów w Nocowanie.pl Sp. z o.o. (25 milionów złotych) oraz nabycia udziałów w Domodi Sp. z o.o. (85 milionów złotych) i Extradom Sp. z o.o. (60 milionów złotych), a także refinansowaniem części nakładów inwestycyjnych na nabycie środków trwałych i wartości niematerialnych.

Zadłużenie z umowy kredytu jest oprocentowane według stawki WIBOR 3M powiększonej o określoną w umowie marżę.

Na dzień 31 grudnia 2021 roku kwota zadłużenia na podstawie umowy kredytu wyniosła 233 miliony złotych.

W ciągu dwunastu miesięcy 2021 roku koszty z tytułu odsetek i prowizji Grupy, które w przeważającej części wynikały z odsetek dotyczących kredytu zaciągniętego na podstawie umowy kredytu, wyniosły 10.808 tys. złotych.

Wysokość tych kosztów w kolejnych okresach będzie zależeć od wysokości stawki WIBOR 3M, która według stanu na 31 grudnia 2021 roku wynosiła 2,54%.

Poza opisanymi powyżej czynnikami w 2021 roku nie wystąpiły czynniki i zdarzenia o nietypowym charakterze mające znaczący wpływ na osiągnięte wyniki finansowe.

6. CZYNNIKI, KTÓRE W OCENIE ZARZĄDU BĘDĄ MIAŁY WPŁYW NA OSIĄGNIĘTE WYNIKI FINANSOWE SPÓŁKI I GRUPY KAPITAŁOWEJ W KOLEJNYCH OKRESACH

Na działalność Spółki i Grupy będą wpływać przede wszystkim, podobnie jak to miało miejsce w przeszłości, przede wszystkim następujące czynniki:

I Sytuacja polityczno-gospodarcza w Polsce i na świecie

Grupa prowadzi działalność w Polsce w sektorze reklamy oraz handlu internetowego, którego dynamika jest, co do zasady, silnie dodatnio skorelowana ze wzrostem gospodarczym i sytuacją makroekonomiczną w Polsce. W konsekwencji na działalność Grupy mają wpływ czynniki makroekonomiczne kształtujące sytuację na rynku polskim, na którą z kolei w znacznym zakresie wpływa sytuacja ekonomiczna Unii Europejskiej oraz na świecie.

W dniu 24 lutego 2022 roku doszło do ataku zbrojnego Rosji na Ukrainę. Następnie, wiele krajów, w tym kraje Unii Europejskiej i Stany Zjednoczone, nałożyło na Rosję szereg sankcji, w tym znaczne ograniczenia importu, a także blokadę systemu SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication).

W dniu wybuchu konfliktu, w Grupie Wirtualna Polska Holding uruchomiono wzmożony monitoring sytuacji. Na naszych serwisach obserwowaliśmy wzmożone zainteresowanie tematyką informacyjną, zwłaszcza bezpośrednio związaną z sytuacją w Ukrainie. Wzrosło również ryzyko cyberataków.

Na początku 2022 r., do dnia wybuchu konfliktu, obserwowaliśmy pozytywne trendy makroekonomiczne. Inflacja wciąż pozostawała wysoka na poziomie 9,2% w styczniu 2022r., jednak towarzyszył jej znaczący wzrost sprzedaży detalicznej, na poziomie 20,0% r/r w ujęciu nominalnym i 10,6% w ujęciu realnym.

W wyniku wzrostu niepewności w otoczeniu polityczno-gospodarczym, Goldman Sachs na początku marca obniżył prognozę wzrostu gospodarczego w Polsce w 2022 r. z 5,9% do 5,5%. Jednocześnie Bank spodziewa się wzrostu stóp procentowych do 5,5%, z 5% poprzednio. Prognoza średniorocznej inflacji w 2022 r. wzrosła do 8,2%, z 7,4% poprzednio. Jeszcze wyższego negatywnego wpływu na PKB obecnej sytuacji polityczno-gospodarczej spodziewają się lokalne banki – Bank Pekao obniżył prognozę wzrostu PKB w 2022 r. do 3,1%, z 4% poprzednio, a ING Bank Śląski do poniżej 3,2%, z 4,5% poprzednio.

Zmiany sytuacji gospodarczej, których odzwierciedleniem jest dynamika PKB, wpływają na siłę nabywczą klientów Grupy oraz konsumentów jej produktów i usług, a także na skłonności do wydatków konsumpcyjnych czy oszczędzania, kształtując przez to wysokość budżetów reklamowych klientów Grupy, a tym samym popyt na produkty reklamowe Grupy, a także na produkty i usługi e-commerce.

Grupa Wirtualna Polska nie prowadzi działalności operacyjnej w Rosji, Białorusi, ani w Ukrainie, dlatego też przychody i koszty nie mają bezpośredniej ekspozycji na obecną sytuację.

I COVID-19

W marcu 2020 roku wystąpił w Polsce stan epidemii w związku z zakażeniami wirusem SARS-CoV-2 powodującym chorobę COVID-19. W ramach walki z rozprzestrzenianiem się koronawirusa wprowadzony został szereg obostrzeń, w szczególności obowiązek dystansowania społecznego, czasowe zamknięcie granic oraz ograniczenie funkcjonowania punktów handlowych i usługowych. Miało to bardzo negatywny wpływ na naszą działalność, zwłaszcza na budżety reklamowe (w pierwszej połowie 2020 r.) oraz przychody spółek turystycznych (w związku z restrykcjami dotyczącymi przemieszczania się).

Jednocześnie, na skutek restrykcji (m.in. w handlu stacjonarnym) i upowszechnienia się pracy zdalnej, obserwowaliśmy przyspieszenie trendu przenoszenia użytkowników do świata online, co miało pozytywny wpływ na wzrost rynku handlu internetowego (począwszy od końca I kw. 2020 r.) i reklamę online (począwszy od połowy

2020 r.). Z drugiej strony, nasilenie się konkurencji na rynku online, powoduje znaczący wzrost kosztów pozyskania ruchu, co negatywnie przekłada się na marże spółek e-commerce.

Od początku 2022 r., w związku z szeroką dostępnością szczepień, a także mniejszą liczbą przypadków śmiertelnych i hospitalizowanych, wiele krajów rozpoczęło łagodzenie i znoszenie restrykcji związanych z COVID-19 (m.in. Dania, Norwegia, Wielka Brytania, Szwajcaria, Portugalia, Austria).

Na dzień niniejszego raportu w Polsce pełną dawką zaszczepiono ok 22,3 mln osób (58,8% populacji), z tego 11,6 mln zostało zaszczepionych również dawką przypominającą. W nadchodzących okresach spodziewamy się dalszego luzowania restrykcji związanych z pandemią COVID-19 i mniejszego wpływu na wyniki grupy.

I Konkurencja na polskim rynku

Zarówno na świecie, jak i w Polsce rynek reklamy internetowej i rynek e-commerce charakteryzują się wysoką konkurencyjnością. Bezpośrednimi konkurentami Grupy są podmioty, do których należą krajowe portale i serwisy internetowe, w tym w szczególności Grupa Onet.pl, Grupa Polsat-Interia.pl i Grupa Gazeta.pl. Ponadto Grupa konkuruje z podmiotami oferującymi różne usługi internetowe (np. z Google, Facebook, Twitter), w tym w szczególności w zakresie dostawy usług poczty elektronicznej (np. Yahoo!, Gmail, Hotmail, AOL), a także podmiotami funkcjonującymi na rynku reklamy telewizyjnej, w szczególności innymi nadawcami kanałów telewizyjnych. Ponadto o budżety reklamowe klientów konkurencją dla Grupy, choć nie bezpośrednio, są również inne podmioty działające na szeroko pojętym rynku reklamy, w tym w szczególności stacje telewizyjne, gazety i radio. Podmioty te konkurują ze sobą w zakresie ceny produktów i usług, zwłaszcza stawek za reklamy, zdolności dotarcia do potencjalnych klientów o profilu poszukiwanym przez reklamodawców, atrakcyjności i jakości publikowanych materiałów (np. w zakresie spełniania standardów widoczności reklam w internecie określonych przez Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska), kształtowania lub szybkości dostosowywania się do trendów panujących na rynku, a także siły marki.

Na datę raportu Grupa jest jednym z dwóch wiodących podmiotów wśród krajowych portali i serwisów internetowych pod względem liczby realnych użytkowników oraz zasięgu. Wiodąca pozycja jest istotna ze względu na tzw. premię lidera, czyli skłonność reklamodawców do zamieszczania reklam w portalach i serwisach internetowych cieszących się pozycją lidera na rynku pod względem oferowanego dotarcia do użytkowników internetu, co ma istotny wpływ na generowane przychody. Na zdolność Grupy do umocnienia obecnej pozycji konkurencyjnej ma wpływ wiele czynników, w tym przede wszystkim rozpoznawalność marki i reputacja Grupy, atrakcyjność i jakość publikowanych w portalach i serwisach internetowych materiałów, baza użytkowników oraz zdolność do analizy i przetwarzania danych o użytkownikach portali i serwisów internetowych. Nie można wykluczyć, że Grupa na skutek szeregu czynników, których znaczna część pozostaje poza kontrolą Grupy nie będzie w stanie umocnić aktualnej pozycji jednego z dwóch wiodących podmiotów wśród krajowych portali i serwisów internetowych lub że tej pozycji nie utraci. Ponadto, wzrost konkurencji na rynkach, na których Grupa prowadzi działalność, może doprowadzić do wzrostu presji w zakresie obniżania cen oferowanych produktów i usług, w szczególności różnych form reklamy online, a także może spowodować konieczność zwiększenia wydatków na działania marketingowe lub na badania i rozwój związane z rynkiem oraz opracowywaniem i wprowadzaniem nowych produktów, usług, ich udoskonalen oraz innowacyjnych rozwiązań.

Grupa realizuje działalność w zakresie handlu internetowego przez szereg podmiotów, które działają na bardzo różnych rynkach docelowych (m.in. turystyka, finanse, moda, wyposażenie wnętrz, projekty domów, sprzedaż samochodów). Każdy z tych rynków charakteryzuje się innym poziomem konkurencyjności, przy czym należy zaznaczyć że na niektórych z nich bezpośrednią konkurencją dla podmiotów z Grupy są również ich istotni dostawcy. Ponadto rynek e-commerce charakteryzuje się dużą liczbą podmiotów rozpoczynających działalność, co w dalszym stopniu wpływa na zwiększenie konkurencyjności. Podmioty Grupy w większości przypadków mają pozycję lidera w swojej kategorii, w szczególności pod względem liczby użytkowników. Nie można jednak wykluczyć, że część lub wszystkie podmioty działające na rynku handlu internetowego na skutek szeregu czynników, których znaczna część pozostaje poza kontrolą Grupy nie będzie w stanie umocnić aktualnej lub że tej pozycji nie utraci.

I Tempo wzrostu wydatków na reklamę online oraz rozwój handlu elektronicznego w Polsce

Sukces Grupy jest uzależniony od rozwoju usług i technologii, a także od liczby użytkowników internetu, co z kolei determinuje rozwój rynku reklamy online i handlu elektronicznego. Rozwój internetu jest uzależniony przede wszystkim od rozwoju infrastruktury internetowej oraz od zmian technologicznych. W 2021 roku w Polsce dostęp do internetu miało 92,4% gospodarstw domowych (w stosunku do 2020 roku nastąpił w tym zakresie wzrost o 2 p.p.) (źródło: Społeczeństwo Informacyjne 2021 – GUS). Z roku na rok wzrasta także odsetek gospodarstw domowych korzystających z internetu przez szerokopasmowe łącza internetowe. Niemniej jednak obecny stan rozwoju infrastruktury szerokopasmowej, a także poziom jej wykorzystywania jest relatywnie niski w porównaniu z większością krajów Unii Europejskiej. Ponadto w ostatnich latach obserwuje się również zmianę sposobu dostępu do internetu, co również może mieć istotny wpływ na dynamikę rozwoju rynków, na których działa Grupa. W dobie szybkiego rozwoju technologicznego z każdym rokiem wzrasta liczba gospodarstw domowych i przedsiębiorstw korzystających z połączeń internetowych przy użyciu technologii mobilnej. Tym samym zarówno zmiany tendencji w sposobie użytkowania internetu, jak i wzrost prędkości połączeń mogą wpływać na dynamikę rozwoju poszczególnych segmentów rynku reklamy internetowej i handlu elektronicznego.

Mimo prognoz, że internet w Polsce będzie się w dalszym ciągu rozwijał, jego obecna dynamika rozwoju może się istotnie zmniejszyć w kolejnych latach. Na dzień niniejszego raportu stopień penetracji internetu w Polsce jest bowiem stosunkowo wysoki, a dodatkowo z roku na rok się zwiększa, co ogranicza sukcesywnie potencjał rozwoju rynku internetowego. Można przy tym przewidywać, że rozwój w większym stopniu może dotyczyć technologii dostępu szerokopasmowego i mobilnego, a także innych zaawansowanych technologii dostępu do internetu. Zahamowanie dynamiki rozwoju internetu w przyszłości może mieć negatywny wpływ na perspektywy rozwoju Grupy i realizację jej strategii.

W ciągu ostatnich lat w Polsce obserwowany jest stały wzrost rynku handlu elektronicznego, zarówno w zakresie jego wielkości nominalnej, jak i udziału w sprzedaży detalicznej. Nie można jednak wykluczyć, że z powodów pozostających poza kontrolą Grupy, takich jak np. zmiana przyzwyczajeń konsumentów, nastąpi zahamowanie trendu migracji sprzedaży z kanału tradycyjnego do kanału online, co może przełożyć się negatywnie na możliwość rozwoju Grupy w zakresie e-commerce.

I Aktywna działalność akwizycyjna

Zgodnie z przyjętą strategią Grupy, Zarząd na bieżąco analizuje możliwości inwestycji w spółki świadczące usługi zbliżone do usług Grupy lub wobec nich komplementarne, które mogą uzupełnić portfolio produktów i usług Grupy oraz uczestniczy w procesach akwizycyjnych. Potencjalne akwizycje mogą mieć istotny wpływ na wyniki osiągnięte przez Grupę w kolejnych okresach.

Grupa obserwuje aktywność Polaków w nowych sektorach e-commerce, choćby tzw. zakupów big ticket (wysoka cena zakupu, charakter jednorazowy lub rzadki), co demonstrowa rosnące zaufanie Polaków do internetu jako kanału zakupowego. Według naszych przewidywań urośnie znacznie sektor internetowych narzędzi (software, SaaS) pomagających efektywnie zarządzać kolejnymi sferami życia osobistego użytkowników, a także procesami biznesowymi w firmach. Oba te obszary naturalnie wpisują się w działalność Grupy.

7. ISTOTNE UMOWY I ZDARZENIA, KTÓRE WYSTĄPIŁY W 2021 ROKU

I Otrzymanie wyników kontroli celno-skarbowej

W dniu 25 lutego 2021 roku Wirtualna Polska Media otrzymała decyzję Naczelnika Małopolskiego Urzędu Celno-Skarbowego w Krakowie w sprawie określenia wysokości zobowiązania w podatku dochodowym od osób prawnych w związku prowadzoną kontrolą, obejmującą swoim zakresem badanie przestrzegania przez WPM przepisów ustawy z dnia 15.02.1992 roku o podatku dochodowym od osób prawnych za rok 2016. Naczelnik podtrzymał swoje stanowisko odnośnie nieprawidłowości kwoty straty rozpoznanej na opisanej powyżej transakcji, jednakże potwierdził, że spółce przysługiwała w pełni moc ochronna wynikająca z otrzymanej wiążącej interpretacji prawa podatkowego. Co za tym idzie Grupa zamierza kontynuować zastosowane przez siebie dotychczasowe podejście w rozliczeniach podatkowych.

Na dzień 31 grudnia 2021 roku całość straty powstałej z tytułu sprzedaży udziałów w spółce WP Shopping została rozliczona w podatku dochodowym Wirtualna Polska Media S.A

I Umorzenie pożyczki preferencyjnej udzielonej przez PFR

W dniu 15 września 2021 roku spółka zależna Wakacje.pl S.A. otrzymała od Polskiego Funduszu Rozwoju S.A. oświadczenie o częściowym zwolnieniu z długu oraz wysokości umorzenia pożyczki preferencyjnej otrzymanej w dniu 17 marca 2021 roku. Umorzenie pożyczki w wysokości 14.112 tys. złotych nastąpiło ze skutkiem od dnia 24 września 2021 roku.

I Finalizacja sprzedaży akcji eSky.pl S.A.

W czerwcu 2017 r. Wirtualna Polska Media S.A. nabyła 625.000 akcji zwykłych imiennych serii B spółki eSky.pl SA, na dzień podpisywania umowy, stanowiących 6,31% kapitału zakładowego i głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki. Umowa zawierała postanowienia dotyczące poziomu gwarantowanego zwrotu z inwestycji (IRR) dla Inwestora w postaci nieodwołalnych ofert nabycia nabywanych akcji złożonych Grupie przez sprzedających, które mogły być wykonane przez Grupę we wskazanych w umowie okresach lub po spełnieniu się określonych w umowie zdarzeń („opcja put”). Cena zapłacona przez Grupę za nabycie akcji wraz z opisaną powyżej opcją put wyniosła 15.625 tys. złotych. Zgodnie z MSSF 9 akcje te zostały zaklasyfikowane jako aktywa finansowe wyceniane w wartości godziwej przez wynik finansowy.

W marcu 2020 r. Grupa Wirtualna Polska złożyła oświadczenie o wykonaniu opcji put na posiadane akcje w eSky.pl SA. Umowa sprzedaży została zawarta, jednak cena opcji put nie została uregulowana, w konsekwencji w 2020 r. Grupa dokonała odpisu należności w wysokości 9,8 mln złotych. Na dzień 31 grudnia 2020 r. i 30 września 2021 r. Spółka wykazała wartość powyższej wierzytelności w kwocie 7,4 mln złotych.

22 grudnia 2021 r. Wirtualna Polska Media oraz Sprzedający zawarli porozumienie, w ramach którego m.in. zostały ustalone warunki polubownego zakończenia sporu. Płatność za posiadane akcje eSky.pl w łącznej wysokości 24,4 mln złotych nastąpiła w dniu 2 lutego 2022 r.

W związku z tym, Spółka rozpoznała kwotę 9,8 mln złotych przychodu finansowego w roku 2021. Pozostała wartość w kwocie 7,2 mln złotych przychodu finansowego, tj. nadwyżkę wpłaty nad kwotą należności wynikającej z wyceny rzeczoznawcy, Spółka rozpozna w 1 kwartale 2022 r.

8. CZYNNIKI RYZYKA ISTOTNE DLA ROZWOJU SPÓŁKI I GRUPY KAPITAŁOWEJ

Spółka, jako jednostka dominująca Grupy Kapitałowej, której główna działalność operacyjna to działalność holdingu finansowego narażona jest na te same ryzyka, na które narażone są inne spółki w ramach jej Grupy Kapitałowej.

RYZYKA ZWIĄZANE Z OTOCZENIEM RYNKOWYM

I Sytuacja makroekonomiczna i geopolityczna

Grupa prowadzi działalność w sektorze reklamy oraz handlu internetowego, którego dynamika jest, co do zasady, silnie dodatnio skorelowana ze wzrostem gospodarczym i sytuacją makroekonomiczną w Polsce i na świecie. Pozostające poza kontrolą Grupy otoczenie makroekonomiczne, mierzone poprzez m.in. dynamikę wzrostu PKB, poziom inflacji, kurs PLN względem innych walut, wysokość stóp procentowych, wzrost wysokości wynagrodzeń, ma wpływ na siłę nabywczą klientów Grupy, jak również na ich skłonność do konsumpcji. Ma to istotny wpływ zarówno na wysokość budżetów reklamowych, od których uzależniony jest poziom przychodów z reklamy Grupy, jak i na dynamikę sprzedaży detalicznej, która wpływa na wysokość przychodów spółek e-commerce.

W związku z atakiem zbrojnym Rosji na Ukrainę dnia 24 lutego 2022 roku, wiele krajów, w tym kraje Unii Europejskiej i Stany Zjednoczone, nałożyło na Rosję szereg sankcji, w tym znaczne ograniczenia importu, a także blokadę systemu SWIFT (Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication). W wyniku wzrostu niepewności w otoczeniu polityczno-gospodarczym, Goldman Sachs na początku marca 2022 r. obniżył prognozę

wzrostu gospodarczego w Polsce w 2022 r. z 5,9% do 5,5%. Jednocześnie Bank spodziewa się wzrostu stóp procentowych do 5,5%, z 5% poprzednio. Prognoza średniorocznej inflacji w 2022 r. wzrosła do 8,2%, z 7,4% poprzednio. Spodziewany spadek dynamiki PKB, dalszy wzrost stóp procentowych oraz wysoki poziom inflacji może mieć negatywne przełożenie na działalność Grupy. Sytuacja geopolityczna w regionie może mieć również wpływ na zachowania kontrahentów Grupy i użytkowników serwisów internetowych (w tym m.in. poziom budżetów reklamowych, skłonność do konsumpcji i wyjazdów rekreacyjnych). Pogorszenie sytuacji gospodarczej może też negatywnie wpływać na zdolność kontrahentów Grupy, jej podwykonawców i dostawców do wywiązywania się z ich zobowiązań względem Grupy, skutkować ich niewypłacalnością lub upadłością, a także powodować ograniczenie sprzedaży określonych produktów i usług Grupy.

Grupa nie prowadzi działalności operacyjnej na terytorium Ukrainy, Rosji, ani Białorusi. Główni kontrahenci Grupy również nie pochodzą z tych krajów. Część kontrahentów Spółki prowadzi lub prowadziła działalność na obszarze objętymi działaniami wojennymi (Ukraina) lub w państwach objętych sankcjami międzynarodowymi (Rosja, Białoruś), co może mieć negatywny wpływ na ich sytuację finansową i negatywnie przekładać się na ich budżety reklamowe.

■ Pandemie lub epidemie wywołane chorobami zakaźnymi

Pandemia COVID-19 miała, i nadal ma, istotny i złożony wpływ na całą gospodarkę i działalność uczestników rynku. Restrykcje i ograniczenia związane z pandemią wpływają negatywnie na otoczenie makroekonomiczne, co z kolei negatywnie przekłada się na siłę nabywczą i nastroje konsumentów. Ograniczenia w przemieszczeniu mają również negatywny wpływ na popyt na usługi turystyczne, zarówno zagraniczne, jak i krajowe. Przebieg pandemii wiąże się również z szeregiem zmian w zachowaniu użytkowników usług Grupy: silne trendy cyfryzacji i upowszechnienie się pracy zdalnej pozytywnie wpływa na popyt na usługi internetowe, co ma przełożenie zarówno na wzrost udziału reklamy internetowej w rynku reklamy, jak i wzrost udziału e-commerce. Przebieg pandemii wpływa także na sytuację pracowników, współpracowników i kontrahentów Grupy, w szczególności Grupa narażona jest na skokowy wzrost absencji chorobowych. W konsekwencji, skutki pandemii, zarówno bieżące, jak i długofalowe podlegają dużym wahaniom w zależności od przebiegu kolejnych fal zachorowań. Należy mieć przy tym na względzie, że wpływ pandemii jest zróżnicowany w odniesieniu do poszczególnych spółek z Grupy, a przy tym wpływ ten może ulegać modyfikacjom, mając w szczególności na względzie czynniki wymienione powyżej.

Powyzsze zagrożenia mogą wystąpić także w związku z innymi epidemiami i pandemiemi, których rozprzestrzeniania się w przyszłości nie można wykluczyć.

W dalszym ciągu nie da się w pełni przewidzieć dynamiki rozwoju kolejnych fal pandemii COVID-19, ani terminu jej definitywnego zakończenia w Polsce. Nie jest także możliwe przewidzenie wszystkich ograniczeń i zakazów regulacyjnych związanych z pandemią, ani harmonogramu ich ponownego wprowadzania, modyfikacji i znoszenia. Perspektywy poprawia dostępność szczepień przeciwko COVID-19: na dzień niniejszego sprawozdania w Polsce pełną dawką zaszczepiono ok 22,3 mln osób (58,8% populacji), z tego 11,6 mln zostało zaszczepionych również dawką przypominającą. W nadchodzących okresach spodziewamy się dalszego luzowania restrykcji związanych z pandemią COVID-19 i mniejszego wpływu na wyniki grupy.

Od początku 2022 r., w związku z szeroką dostępnością szczepień, a także mniejszą liczbą przypadków śmiertelnych i hospitalizowanych, wiele krajów rozpoczęło proces łagodzenia i znoszenia restrykcji związanych z COVID-19 (m.in. Dania, Norwegia, Wielka Brytania, Szwajcaria, Portugalia, Austria).

■ Dynamika rozwoju internetu, rynku reklamy internetowej i handlu elektronicznego w przyszłości

Sukces Grupy jest uzależniony od rozwoju usług i technologii, a także od liczby użytkowników internetu, co z kolei determinuje rozwój rynku reklamy online i handlu elektronicznego. Rozwój internetu jest uzależniony przede wszystkim od rozwoju infrastruktury internetowej oraz od zmian technologicznych.

W 2021 roku w Polsce dostęp do internetu miało 92,4% gospodarstw domowych (wzrost o 2pp w stosunku do 2020 roku). W 2021 roku w Polsce dostęp do internetu szerokopasmowego miało 98,5% przedsiębiorstw (w 2020 roku 98,6%) (Źródło: Społeczeństwo Informacyjne w Polsce w 2021 roku. Informacja sygnałowa i Wykorzystanie

technologii informacyjno-komunikacyjnych w jednostkach administracji publicznej, przedsiębiorstwach i gospodarstwach domowych w 2021 roku – GUS).

Dynamiczny wzrost udziału urządzeń mobilnych w ogólnej liczbie urządzeń połączonych z Internetem powoduje nowe wyzwania związane z dostosowaniem oferowanych przez spółki należące do Grupy rozwiązań do nowych sposobów konsumowania treści.

Zgodnie z prognozami, liczba użytkowników internetu w Polsce będzie dalej wzrastała, lecz dynamika tego wzrostu może się istotnie zmniejszyć w kolejnych latach, z uwagi na już stosunkowo wysoki poziom penetracji internetu. Można przy tym przewidywać, że rozwój w większym stopniu może dotyczyć technologii dostępu szerokopasmowego i mobilnego, a także innych zaawansowanych technologii dostępu do internetu.

W ciągu ostatnich lat w Polsce obserwowany jest stały wzrost rynku handlu elektronicznego, zarówno w zakresie jego wielkości nominalnej, jak i udziału w sprzedaży detalicznej, który w znaczny sposób przyspieszył od wybuchu pandemii COVID-19. Nie można jednak wykluczyć, że z powodów pozostających poza kontrolą Grupy, takich jak np. zmiana przyzwyczajeń konsumentów, nastąpi zmiana preferencji zakupowych związana z np. dokonywaniem zakupów bezpośrednio u dostawców z pominięciem agregatorów ofert, co może przełożyć się negatywnie na perspektywy rozwoju Grupy.

■ Konkurencja na polskim rynku reklamy i handlu internetowego

Zarówno na świecie, jak i w Polsce, rynek reklamy internetowej i rynek e-commerce charakteryzują się wysoką konkurencyjnością. Bezpośrednimi konkurentami Grupy są podmioty, do których należą krajowe portale i serwisy internetowe, w tym w szczególności Onet.pl (Grupa Ringier Axel Springer Polska), Interia.pl (Grupa Polsat Plus) i Gazeta.pl (Grupa Agora). Ponadto, Grupa konkuruje na rynku reklamy internetowej z globalnymi podmiotami tj. z Google, Facebook, Twitter, TikTok, a także podmiotami funkcjonującymi na rynku reklamy telewizyjnej, w szczególności innymi nadawcami kanałów telewizyjnych. Ponadto, o budżety reklamowe klientów konkurują z Grupą również inne podmioty działające na rynku reklamy, w tym w szczególności gazety i radio. Podmioty te konkurują ze sobą w zakresie ceny produktów i usług, zwłaszcza stawek za reklamy, zdolności dotarcia do potencjalnych klientów o profilu poszukiwanym przez reklamodawców, atrakcyjności i jakości publikowanych materiałów (np. w zakresie spełniania standardów widoczności reklam w internecie określonych przez Związek Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska), kształtowania lub szybkości dostosowywania się do trendów panujących na rynku, a także siły marki. Grupa konkuruje również w zakresie dostawy usług poczty elektronicznej zarówno z globalnymi podmiotami (Gmail), jak i z lokalnymi (Onet, Interia).

Na datę raportu Grupa jest jednym z dwóch wiodących podmiotów wśród krajowych portali i serwisów internetowych pod względem liczby realnych użytkowników i zasięgu. Wiodąca pozycja jest istotna ze względu na tzw. premię lidera, czyli skłonność reklamodawców do zamieszczania reklam w portalach i serwisach internetowych cieszących się pozycją lidera na rynku pod względem oferowanego dotarcia do użytkowników internetu, co ma istotny wpływ na generowane przychody. Na zdolność Grupy do umocnienia obecnej pozycji konkurencyjnej ma wpływ wiele czynników, w tym przede wszystkim rozpoznawalność marki, reputacja Grupy, atrakcyjność i jakość publikowanych w portalach i serwisach internetowych materiałów, baza użytkowników oraz zdolność do analizy i przetwarzania danych o użytkownikach portali i serwisów internetowych. Nie można wykluczyć, że Grupa na skutek szeregu czynników, których znaczna część pozostaje poza kontrolą Grupy, nie będzie w stanie umocnić aktualnej pozycji jednego z dwóch wiodących podmiotów wśród krajowych portali i serwisów internetowych, lub że tej pozycji nie utraci. Ponadto, wzrost konkurencji na rynkach, na których Grupa prowadzi działalność, może doprowadzić do wzrostu presji w zakresie obniżania cen oferowanych produktów i usług, w szczególności różnych form reklamy online, a także może spowodować konieczność zwiększenia wydatków na działania marketingowe, lub na badania i rozwój związane z rynkiem oraz opracowywaniem i wprowadzaniem nowych produktów, usług, ich udoskonaleń oraz innowacyjnych rozwiązań.

Grupa realizuje działalność w obszarze handlu internetowego przez szereg podmiotów, które działają na bardzo różnych rynkach docelowych (m.in. turystyka, finanse, moda, wyposażenie wnętrz, projekty domów, sprzedaż samochodów). Każdy z tych rynków charakteryzuje się innym poziomem konkurencyjności, przy czym należy zaznaczyć, że na niektórych z nich bezpośredni konkurenci podmiotów z Grupy są jednocześnie istotnymi dostawcami. Ponadto, rynek handlu internetowego charakteryzuje się dużą liczbą podmiotów rozpoczynających

działalność, co wpływa na dalsze zwiększanie konkurencyjności. Podmioty Grupy w większości przypadków mają pozycję lidera w swojej kategorii, w szczególności pod względem liczby użytkowników. Nie można jednak wykluczyć, że część lub wszystkie podmioty działające na rynku handlu internetowego na skutek szeregu czynników, których znaczna część pozostaje poza kontrolą Grupy, nie będzie w stanie utrzymać tej pozycji.

I Ryzyka związane ze zmianą klimatu oraz zagadnieniami związanymi ze zrównoważonym rozwojem

Opracowana i wdrożona przez Grupę strategii ESG mająca na celu usystematyzowanie istniejących oraz wdrożenie nowych inicjatyw z zakresu ochrony środowiska, społecznej odpowiedzialności i ładu korporacyjnego może nie zostać zrealizowana ze względu na czynniki wewnętrzne lub zewnętrzne, pozostające poza kontrolą Grupy.

Grupa może podlegać ryzykom związanym ze zmianą klimatu oraz zagadnieniami związanymi ze zrównoważonym rozwojem, które obejmują w szczególności następujące grupy zagrożeń:

- I** Nagłe lub długotrwałe ryzyka fizyczne;
- I** Ryzyka prawne i związane z regulacjami, które dotyczą kwestii wynikających ze zmiany klimatu;
- I** Ryzyka zarządcze, technologiczne, rynkowe, reputacyjne związane ze zmianą klimatu;
- I** Ryzyka związane z ekstremalnymi zjawiskami pogodowymi;
- I** Ryzyka pracownicze;
- I** Ryzyka społeczne;
- I** Ryzyka ładu korporacyjnego i zarządczego.

Należy podkreślić, że powyższe ryzyka, którym może podlegać Grupa, mają charakter ryzyk typowych dla branży w której Grupa prowadzi działalność, np. rosnące średnie temperatury powodują wzrost nakładów na chłodzenie serwerowni, a ewentualne nieefektywności chłodzenia zmniejszają efektywność pracy urządzeń oraz zwiększają ryzyko uszkodzeń.

Dodatkowo, coraz większe zapotrzebowanie na energię elektryczną, zarówno zgłaszane od gospodarstw domowych (zwłaszcza w sezonie letnim), jak i przedsiębiorstw, może spowodować wykorzystanie pełnej przepustowości sieci przesyłowej i czasowe ograniczenia w dostawach prądu. Dodatkowo, wysoka temperatura może negatywnie wpływać na wielkość podaży na rynku energii elektrycznej (np. z powodu niskiego stanu wód potrzebnych do generatorów lub chłodni w elektrowniach). Może to doprowadzić do przerw w dostępie energii i skutkować brakiem dostępności produktów oferowanych przez Grupę lub brakiem popytu w związku z brakiem energii elektrycznej u użytkowników.

Ponadto, opisywane w niniejszym punkcie zjawiska mogą wiązać się także z szansami dla Grupy. W szczególności, Grupa może rozwijać swoje usługi z uwzględnieniem zmian klimatycznych i związanych z nimi wyzwań oraz z uwzględnieniem założeń zrównoważonego rozwoju, uzyskując tym samym dodatkową przewagę konkurencyjną – zarówno jako usługodawca, jak i pracodawca.

RYZYKA ZWIĄZANE Z DZIAŁALNOŚCIĄ GRUPY

I Kluczowi klienci

Znacząca część przychodów Grupy pochodzi od względnie stałej liczby kluczowych klientów. Grupa zawiera ze swoimi klientami m.in. umowy agencyjne, umowy o współpracę w zakresie prowadzenia kampanii reklamowych lub na podstawie innych tytułów prawnych (np. zleceń lub porozumień).

Istnieje ryzyko, że klienci Grupy mogą w każdej chwili podjąć decyzję o zaprzestaniu współpracy z Grupą oraz nawiązać współpracę z konkurentami Grupy. Tym samym utrata głównych, bezpośrednich klientów Grupy, a także pogorszenie relacji z tymi klientami, mogą przyczynić się do znacznego zmniejszenia realizowanych obrotów. Ponadto Grupa jest narażona na ryzyko związane z niewywiązywaniem się przez jej kluczowych klientów ze

zobowiązań umownych, w szczególności na opóźnienia w płatnościach lub na ich nieterminowość, a także na ryzyko związane z sytuacją finansową tych podmiotów, w tym ryzyko ich upadłości.

I Ryzyko spadku liczby użytkowników poczty elektronicznej Grupy

Grupa oferuje swoim użytkownikom możliwość korzystania z bezpłatnej poczty elektronicznej. Grupa posiada jedną z największych w Polsce baz użytkowników poczty elektronicznej. Mailing reklamowy, a także inne formy reklamy kierowane do użytkowników poczty elektronicznej stanowią stabilne i istotne źródło przychodów Grupy. Ponadto szeroka baza użytkowników poczty elektronicznej stanowi dla Grupy istotną bazę danych, której aktywne wykorzystanie jest jednym z elementów strategii Grupy. Spadek liczby użytkowników poczty elektronicznej Grupy może mieć negatywny wpływ na poziom przychodów Grupy, a także na zdolność Grupy do pozyskiwania informacji o użytkownikach internetu.

I Ryzyka związane z zewnętrznym finansowaniem

Grupa korzysta z finansowania dłużnego udzielonego przez banki w formie kredytów.

W związku z tym Grupa podlega typowym ryzykom związanym z takim finansowaniem. Naruszenie warunków finansowania, w tym terminu spłaty rat kredytu, określonych parametrów lub innego zobowiązania przewidzianego w dokumentacji finansowania udzielonego Grupie może skutkować negatywną zmianą warunków udzielonego finansowania, a w przypadku nieuzyskania od podmiotów finansujących odpowiedniego zwolnienia z jego przestrzegania może skutkować odmową przez strony finansujące dalszego finansowania i żądania jego natychmiastowej spłaty. Ponadto, Grupa może nie mieć możliwości odnowienia, spłaty lub refinansowania zadłużenia w terminie jego zapadalności. Nie można również zapewnić, że warunki odnowienia lub refinansowania będą zbliżone do warunków pierwotnego finansowania, co może spowodować wzrost kosztów obsługi tych zobowiązań.

Dodatkowo, obecny i prognozowany wzrost stóp procentowych może podwyższyć koszt zewnętrznego finansowania, który może negatywnie wpływać na wyniki finansowe Grupy.

I Ryzyko utraty pozycji w rankingach z badania Mediapanel PBI/Gemius lub innych

Bieżąca działalność operacyjna Grupy podlega różnym badaniom, przede wszystkim zaś badaniu internetu – Mediapanel PBI/Gemius, służącemu zbieraniu informacji na temat polskiej społeczności internetowej, określaniu profilu użytkowników internetu i intensywności korzystania z sieci internetowej, a także tworzeniu rankingu najbardziej popularnych stron www, programów oraz aplikacji mobilnych. Wyniki badania umożliwiają porównywanie popularności witryn i aplikacji internetowych oraz szacowanie ich potencjału reklamowego przy pomocy precyzyjnie zdefiniowanych wskaźników. Tym samym badanie to jest zarówno narzędziem wykorzystywanym przez Grupę do podejmowania bieżących lub długoterminowych działań mających na celu zwiększenie skuteczności jej reklam, jak i stanowi źródło informacji dla potencjalnych reklamodawców o efektywności działań reklamowych Grupy. Istnieje ryzyko, że zmiana pozycji Grupy, zwłaszcza zaś utrata obecnej pozycji w rankingu z badania Mediapanel PBI/Gemius lub w innym, może mieć istotny wpływ na działalność Grupy. Utrata pozycji w rankingu lub rankingach może być spowodowana zarówno działaniami lub zaniechaniami Grupy, działaniami podejmowanymi przez podmioty konkurujące z Grupą na rynku reklamy internetowej, jak i zmianą metodologii badania, w tym wskutek zmiany podmiotu przeprowadzającego badanie. Analogiczne czynniki ryzyka mają zastosowanie do badania oglądalności stacji telewizyjnych realizowanego przez AGB Nielsen Media Research.

I Ryzyko legislacyjne i regulacyjne w zakresie systemu zakupu reklamy w modelu RTB oraz reklamy w modelu opartym o dane osobowe

Nie możemy wykluczyć kolejnych regulacji prawnych, ani kształtowania się linii orzeczniczych, które mogą mieć wpływ na zautomatyzowany model zakupu reklamy w czasie rzeczywistym na zasadzie aukcji tzw. real-time bidding (RTB) oraz model reklamowy oparty o dane osobowe, wykorzystujący np. techniki targetowania. Grupa

bierze pod uwagę projektowane regulacje prawne i orzecznictwo, z których mogą wynikać kolejne obowiązki lub ograniczenia w szczególności związane z przetwarzaniem danych osobowych.

I Ryzyko rozpowszechnienia się oprogramowania do blokowania reklam w internecie, a także aplikacji zakłócających funkcjonowanie portali i stron internetowych Grupy

Wraz z rozwojem sieci internetowej rośnie popularność oprogramowania służącego do blokowania reklam w internecie. Rozpowszechnienie się tego typu programów na większą skalę niż obecnie, lub ich większa skuteczność, może negatywnie wpłynąć na pozycję reklamy internetowej jako narzędzia marketingowego, a tym samym może spowodować obniżenie budżetów reklamowych przeznaczonych na reklamę w internecie przez obecnych lub potencjalnych klientów Grupy. Dodatkowo negatywny wpływ na działalność Grupy mogą mieć różnego rodzaju aplikacje, które wpływają na zdolność do korzystania z serwisów i portali internetowych należących do Grupy. Aplikacje te mogą przede wszystkim zakłócać wyniki wyszukiwania np. określonych tematów, produktów, informacji lub w inny sposób zakłócać pracę serwisów i portali internetowych Grupy na stronach, na których publikowane są reklamy. Grupa opracowała narzędzia mające na celu ograniczenie wpływu oprogramowania do blokowania reklam, ale ze względu na ciągły rozwój tej technologii może się okazać, że opracowane przez Grupę rozwiązania nie są w pełni zadowalające. Ograniczenie liczby wyświetlanych reklam może mieć wpływ na zmniejszenie przychodów z działalności reklamowej.

I Ryzyko związane z prawidłowym funkcjonowaniem systemów informatycznych i serwerów Grupy

Działalność Grupy zależy od prawidłowego funkcjonowania systemów informatycznych, serwerów oraz infrastruktury telekomunikacyjnej, z których korzysta. Ponadto rozwój Grupy jest uzależniony od jej zdolności do udoskonalania obecnie stosowanych, a także od opracowywania oraz wdrażania nowych systemów informatycznych i rozwiązań technologicznych.

Grupa ze względu na profil działalności mediowej oraz duży zasięg publikowanych informacji jest narażona na ryzyko cyberataków. Zaimplementowane i w ciągły sposób udoskonalane środki zaradcze w połączeniu ze stałym monitoringiem zagrożeń mogą okazać się niewystarczające do całkowitej eliminacji ryzyka.

Na skutek awarii, usterek, cyberataków lub innych zakłóceń prac systemów informatycznych, serwerów lub infrastruktury telekomunikacyjnej mogą nastąpić czasowe zakłócenia w działaniu portali i serwisów internetowych Grupy oraz w świadczeniu usług oferowanych przez Grupę użytkownikom internetu. Kluczowe jest zatem zapewnienie prawidłowego procesu utrzymania i modernizacji infrastruktury telekomunikacyjnej, serwerów Grupy oraz wdrażania i utrzymywania systemów informatycznych, a także wprowadzanie optymalnych rozwiązań, które zapewnią stabilne i nieprzerwane funkcjonowanie serwerów i systemów, również w sytuacji ewentualnie pojawiających się przeciążeń systemowych lub chwilowych zakłóceń czy częściowych awarii. Ponadto, Grupa w celu utrzymania lub wzmocnienia swojej pozycji konkurencyjnej musi stale konserwować, rozbudowywać i unowocześniać istniejące systemy informatyczne.

I Ryzyko utraty wykwalifikowanej kadry oraz innych podmiotów świadczących usługi na rzecz Grupy

Sukces działalności Grupy, a także powodzenie we wdrażaniu jej strategii, zależą od wysiłków i doświadczenia jej kierownictwa oraz wsparcia kluczowego personelu. Strategia Grupy została rozwinięta oraz wdrożona przez kadrę menedżerską, w tym obecnych członków Zarządu, a przyszły sukces Grupy zależy po części od możliwości dalszej współpracy Grupy z kluczowymi menedżerami, którzy historycznie znacząco przyczynili się do jej rozwoju oraz od zdolności utrzymania i motywowania innych kluczowych przedstawicieli kadry kierowniczej. Osoby wchodzące w skład kluczowego personelu mogą, z zastrzeżeniem postanowień wiążących ich ze Spółkami Grupy umów, zrezygnować z pełnionych funkcji. Takie rezygnacje mogą znacząco wpłynąć na możliwości dalszego rozwoju Grupy i wdrażania jej strategii. Nie można zapewnić, że Grupa będzie zdolna do utrzymania współpracy ze wszystkimi lub niektórymi z tych osób w przyszłości ani że utrzymanie lub pozyskiwanie kluczowego personelu nie będzie się wiązało z przejściowym obniżeniem efektywności do czasu wdrożenia nowozatrudnionych osób.

■ Ryzyko związane ze zbyt małą atrakcyjnością oraz formą prezentacji treści udostępnianych na portalach i serwisach internetowych Grupy

Wartość przychodów ze sprzedaży reklamy internetowej zależy pośrednio od liczby użytkowników korzystających z portali i serwisów internetowych Grupy, a także od usług oferowanych przez Grupę oraz od czasu, który użytkownicy spędzają, przeglądając portale i serwisy internetowe oraz korzystając z rozwiązań lub z usług oferowanych przez Grupę. Zarówno liczba użytkowników, jak i czas spędzony przez nich na portalach i serwisach internetowych Grupy zależą w głównej mierze od jakości i atrakcyjności udostępnianych na nich treści, a także od sposobu ich dostarczenia przez Grupę. Podobna zależność zachodzi również w przypadku usług oferowanych przez Grupę, w tym w szczególności poczty elektronicznej, których popularność zależy w szczególności od ich użyteczności i innowacyjności. Mimo dążenia Grupy do udostępnienia atrakcyjnych treści na swoich portalach i serwisach internetowych nie można wykluczyć, że treści umożliwią utrzymanie lub zwiększenie zainteresowania użytkowników internetu oraz czasu spędzanego przez nich na portalach i serwisach Grupy.

■ Ryzyko niewystarczającego dostosowania portali i serwisów internetowych do obsługi przez urządzenia mobilne

W związku z tym, że w ostatnich latach odnotowuje się wzrost liczby osób, które korzystają z internetu za pośrednictwem urządzeń innych niż komputery osobiste, w tym: telefonów komórkowych, smartfonów, komputerów przenośnych, tabletek, z roku na rok wzrasta znaczenie reklamy mobilnej oraz mobilnego handlu internetowego. W celu zachowania konkurencyjności Grupa będzie musiała podążać za zmianami i udoskonaleniami wynikającymi z dokonujących się zmian technologicznych. W przypadku, gdy portale i serwisy internetowe Grupy nie będą w wystarczającym stopniu odpowiadać oczekiwaniom użytkowników korzystających z urządzeń mobilnych lub ich skuteczność w zakresie reklamy i e-commerce będzie zbyt niska, Grupa może utracić pozycję konkurencyjną w tym segmencie, co może mieć negatywny wpływ na wyniki finansowe Grupy w przyszłości.

■ Ryzyko utraty popularności i obniżenia siły marek poszczególnych portali i serwisów internetowych Grupy

Pozycja rynkowa Grupy, rozwój jej działalności oraz zdolność do pozyskiwania nowych użytkowników, a w konsekwencji i klientów Grupy są w istotnym stopniu zależne od reputacji Grupy oraz od popularności i siły marek poszczególnych portali i serwisów internetowych Grupy, w tym przede wszystkim głównej marki „WP”, a także innych (np. o2, Pudelek, Money.pl, domodi.pl, wakacje.pl, nocowanie.pl, Extradom.pl, totalmoney.pl). Istnieje ryzyko, że siła marek należących do Grupy, może ulec osłabieniu, a reputacja Grupy może się pogorszyć. Może to nastąpić w szczególności w wyniku ogólnie negatywnej oceny portali i serwisów internetowych Grupy, zwłaszcza w wyniku negatywnej reakcji użytkowników internetu na treści publikowane na tych portalach i w tych serwisach internetowych oraz w wyniku negatywnego postrzegania usług oferowanych przez Grupę. Jakikolwiek negatywnie zinterpretowane zdarzenie dotyczące wizerunku Grupy lub z nim powiązane, a także utrata sympatii dotychczasowych użytkowników portali i serwisów internetowych Grupy mogą negatywnie wpłynąć na zainteresowanie użytkowników portalami i serwisami internetowymi Grupy, a tym samym na przychody Grupy ze sprzedaży reklam internetowych oraz innych produktów i usług oferowanych przez Grupę.

■ Ryzyko utraty ruchu internetowego generowanego za pośrednictwem wyszukiwarek internetowych i serwisów społecznościowych

Istotna część ruchu internetowego na portalach Grupy generowana jest za pośrednictwem wyszukiwarek internetowych lub serwisów społecznościowych, zwłaszcza Google i Facebooka. Wyszukiwarki internetowe oraz serwisy społecznościowe działają na podstawie złożonych algorytmów, które określają względną pozycję strony internetowej na swoich stronach, według najlepszego dopasowania pomiędzy danym wyszukiwaniem i treściami dostępnymi w internecie, a także popularnością danych treści. Nie można zagwarantować, że wyszukiwarki internetowe nie zmienią algorytmów, według których portale i serwisy internetowe Grupy są pozycjonowane, co spowoduje, że będą one uzyskiwać gorszą pozycję w wynikach wyszukiwania dokonywanego przez użytkowników

internetu, a to w konsekwencji spowoduje zmniejszenie ruchu internetowego na portalach i serwisach internetowych Grupy.

Ponadto podmioty z Grupy dokonują zakupów ruchu internetowego poprzez m.in. systemy wyszukiwarek internetowych oraz serwisów społecznościowych. Nie można zagwarantować, że podmioty te nie zmienią zasad nabywania ruchu, w tym odpowiednich algorytmów bądź systemów rozliczeń, co może spowodować spadek efektywności tego rodzaju reklam, zmniejszenie zwrotu z inwestycji w reklamę, wzrost ich cen lub pogorszenie konwersyjności pozyskiwanego ruchu, a to w konsekwencji może negatywnie wpłynąć na pozycję konkurencyjną i wyniki finansowe spółek Grupy.

I Ryzyko blokowania dostępu do informacji o użytkownikach przez przeglądarki internetowe

Dostawcy najpopularniejszych przeglądarek internetowych podejmują lub planują działania mające na celu ograniczenie lub zaprzestanie obsługi tzw. third-party cookies, tj. plików cookies, które są umieszczane na stronach internetowych przez podmioty zewnętrzne (partnerów współpracujących z właścicielami domen w których są udostępniane strony odwiedzane przez użytkowników).

Można przewidywać, że marginalizacja dostępu do informacji o użytkownikach za pośrednictwem third-party cookies doprowadzi do rozwoju nowych standardów rynkowych, m.in. w zakresie reklamy oferowanej w modelu RTB i reklamy wykorzystującej dane osobowe, co może przyczynić się do rozwoju nowych form i modeli reklamowych, np. reklamy kontekstowej.

Przewagą Grupy jako właściciela i wydawcy portali internetowych oraz twórcy technologii jest możliwość bezpośredniego pozyskiwania danych od użytkowników poprzez serwisy należące Grupy (first-party cookies), bez konieczności wykorzystywania third-party cookies. Dodatkowo, ważną przewagą konkurencyjną jest też dostęp do informacji użytkowników zalogowanych. Grupa posiada przy tym dodatkową przewagę konkurencyjną wynikającą ze skali ruchu w portalach i serwisach Grupy oraz stron partnerskich, co ma istotne znaczenie m.in. dla rozwoju reklamy kontekstowej.

Wszyscy uczestnicy rynku, w tym spółki Grupy, powinni brać pod uwagę konieczność dostosowania się do opisanych powyżej zmian, co może wiązać się z ryzykiem technologicznym, finansowym, organizacyjnym i prawnym. Grupa identyfikuje dodatkowe ryzyko dla perspektyw rozwoju WPartner, usługi pośrednictwa w sprzedaży powierzchni reklamowej zewnętrznych wydawców, wynikające z potencjalnie mniejszej atrakcyjności rozwiązania ze względu na brak możliwości zaimplementowania równie wydajnej technologii, co w serwisach własnych Grupy WP.

I Ryzyko zmiany zachowań konsumentów

Szereg czynników niezależnych od Grupy może mieć negatywny wpływ na kształtowanie popytu i podaży na produkty i usługi w niektórych branżach, w których funkcjonuje Grupa. Należą do nich m.in. ataki terrorystyczne, ekstremalne zjawiska pogodowe, obawy zdrowotne w szczególności pandemii bądź epidemii, niestabilność polityczna bądź społeczna, wojny, katastrofy, nałożenie dodatkowych podatków bądź innych obciążeń administracyjnych lub regulacyjnych. Zjawiska te mogą doprowadzić do niekorzystnych dla Grupy zmian nastrojów lub zachowań konsumentów, a co za tym idzie zmniejszyć potencjał rozwoju Grupy i potencjalnie pogorszyć jej wyniki finansowe.

I Ryzyko związane z obsługą płatności

Niektóre podmioty z Grupy pośredniczą w obsłudze płatności od klienta końcowego do dostawcy usługi. Rodzi to ryzyko powstania nieprawidłowości w rozliczeniach, w tym może dochodzić do oszustw bądź wyłudzeń. Grupa podejmuje działania w celu zapobieżenia tego typu zdarzeniom, nie można jednak wykluczyć, że mogą wystąpić z tego tytułu negatywne dla Grupy konsekwencje wizerunkowe, prawne bądź finansowe.

I Ryzyka związane z rozwojem poprzez przejęcia

Strategia Grupy zakłada rozwój przez akwizycje spółek świadczących usługi zbliżone lub komplementarne do usług Grupy.

Realizacja powyższej strategii wiąże się z określonymi ryzykami, w szczególności dotyczącymi identyfikacji odpowiedniego celu przejęcia, prawidłowej oceny jego sytuacji operacyjnej, prawnej i finansowej, w tym generowanych wyników finansowych, odpowiedniej wyceny takiego podmiotu, zawarcia i sfinalizowania transakcji na warunkach zadowalających dla Grupy oraz właściwego określenia zakładanych synergii, a także poziomu kosztów związanych z integracją przejmowanego podmiotu w strukturach Grupy i ewentualnymi reorganizacjami. Ponadto w zależności od wyceny przejmowanych podmiotów oraz innych realizowanych równocześnie inwestycji kapitałowych, niezbędne może okazać się pozyskanie przez Grupę finansowania zewnętrznego w znacznej wysokości lub emisja nowych akcji, co w przypadku wyłączenia prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy Spółki może skutkować rozwodnieniem ich udziału w kapitale zakładowym i ogólnej liczbie głosów posiadanych na Walnym Zgromadzeniu. Nie można zapewnić, że takie finansowanie będzie dostępne na warunkach zakładanych przez Grupę, lub że będzie dostępne w ogóle.

I Ryzyko związane z integracją przejętych podmiotów

Realizacja strategii Grupy zakładającej akwizycje spółek świadczących usługi zbliżone do usług Grupy lub do nich komplementarne sprawia, że Grupa może być narażona na trudności w integracji przejętych podmiotów w ramach jej struktur, w reorganizacji ich działalności poprzez dostosowanie jej do działalności Grupy oraz w zarządzaniu nimi, a także, że może ona utracić klientów przejętego podmiotu. Nie można wykluczyć, że zakładana integracja i reorganizacja działalności przejmowanych podmiotów w ramach Grupy nie będzie pełna, że potrwa dłużej niż przewidywano, lub że będzie wiązała się z poniesieniem kosztów większych niż zakładano, a spodziewane efekty synergii nie zostaną osiągnięte, będą odbiegały od oczekiwanych lub zostaną uzyskane w innym terminie lub w innym zakresie niż przewidywano. Nie ma również pewności, że ze względu na czynniki niezależne od Grupy, w tym działania podejmowane przez jej konkurentów, decyzje organów administracji lub strategię akcjonariuszy/udziałowców sektora internetowego, plany akwizycyjne Grupy zostaną zrealizowane.

Grupa dokonuje akwizycji podmiotów, które mogą znajdować się na różnym etapie rozwoju i organizacji. Oznacza to, że dalszy rozwój tych podmiotów może wymagać podejmowania dodatkowych działań, w tym modyfikacji planów i strategii, których wdrożenie i efekty wymagają odpowiedniego czasu.

Dodatkowo nie ma gwarancji, że każda akwizycja dokonywana przez Grupę spełni pokładane w niej oczekiwania, co rodzi ryzyko utraty wartości aktywów inwestycyjnych, włączając możliwość całkowitego odpisu wartości inwestycji.

I Ryzyko związane z postępowaniami sądowymi, administracyjnymi lub innymi

W związku z prowadzoną działalnością Grupa jest narażona na wszczęcie przeciwko niej postępowań sądowych, administracyjnych lub innych, których wyniku nie da się z góry całkowicie przewidzieć. Przede wszystkim główna działalność operacyjna Grupy polegająca na prowadzeniu serwisów, portali oraz wortalii internetowych stwarza ryzyko podniesienia ewentualnych zarzutów nieprawdziwości, nierzetelności czy bezprawności informacji tam zamieszczanych. Ze względu na szeroki zakres działalności operacyjnej oraz wielość serwisów, portali i wortalii internetowych, jak i różnorodność publikowanych treści, mimo odpowiednich procedur wewnętrznych Grupa może nie być w stanie w pełni kontrolować treści, w tym treści multimedialnych, publikowanych na należących do niej stronach.

RYZYKA REGULACYJNE

I Ryzyko naruszenia przepisów

W związku z prowadzoną przez Grupę działalnością operacyjną polegającą na publikacji treści, w tym treści multimedialnych, Grupa jest narażona na wszelkie ryzyka związane z ewentualnymi zarzutami o nieprawdziwości,

nierzetelności czy bezprawności informacji zamieszczanych w serwisach i portalach internetowych Grupy. Ponadto, ponieważ Grupa w ramach prowadzonej działalności gromadzi, przechowuje i wykorzystuje w granicach prawa dane użytkowników swoich serwisów, portali i poczty elektronicznej, a także klientów Grupy podlegające ochronie prawnej, istnieje ryzyko naruszenia przepisów o ochronie danych osobowych.

I Ryzyko rozpowszechniania reklam, które mogą być uznane za zakazane lub niedozwolone

W związku z rozpowszechnianiem reklam za pośrednictwem portali i serwisów internetowych należących do Grupy, Grupa jest narażona na ryzyko naruszenia ustawowych zakazów prowadzenia działalności reklamowej lub przepisów prawnych wprowadzających ograniczenia w zakresie rozpowszechniania reklam odnoszących się np. do formy reklamy czy adresata reklamy. Ponadto, w związku z tym, że istnieją wątpliwości interpretacyjne w zakresie niektórych przepisów prawnych wprowadzających zakazy i ograniczenia w zakresie rozpowszechniania reklam, istnieje ryzyko, że stosowana dotychczas wykładnia przepisów prawnych przez organy państwowe może ulec zmianie, a tym samym Grupa będzie musiała dostosować swoją politykę do zmienionej praktyki.

I Ryzyko związane z interpretacją przepisów i zmiany w polskim prawie

Działalność Grupy podlega w Polsce wielu regulacjom, na które z kolei w istotny sposób wpływają regulacje UE. Znacząca liczba obowiązujących przepisów prawa oraz regulacji mających zastosowanie do działalności Grupy ulegała i może podlegać w przyszłości zmianom, w tym również wynikającym z implementacji stosownych regulacji UE. Z uwagi na występujące niejasności i nieprecyzyjność oraz wzajemne krzyżowanie się zakresu zastosowania regulacje te mogą podlegać także różnym interpretacjom, orzeczeniom sądowym i mogą być stosowane w sposób niejednolity.

Zmiany prawa, w tym w szczególności zmiany przepisów prawnych mających bezpośredni wpływ na funkcjonowanie rynku nowych technologii, usług reklamowych czy e-marketingowych, mogą mieć istotny niekorzystny wpływ na działalność prowadzoną przez Grupę. Przede wszystkim zmienność systemu prawnego i otoczenia regulacyjnego zwiększa ryzyko ponoszenia istotnych dodatkowych i nieoczekiwanych wydatków, a także i kosztów dostosowywania prowadzonej działalności do zmieniającego się otoczenia prawnego.

I Ryzyko związane ze zmianami przepisów prawa podatkowego

Przepisy prawa podatkowego są skomplikowane, niejasne oraz podlegają częstym zmianom. Praktyka stosowania prawa podatkowego przez organy podatkowe nie jest jednolita, a w orzecznictwie sądów administracyjnych w zakresie prawa podatkowego występują istotne rozbieżności. Spółka nie może zagwarantować, że organy podatkowe nie dokonają odmiennej, niekorzystnej dla Spółek Grupy, interpretacji przepisów podatkowych stosowanych przez Grupę. Nie można także wykluczyć ryzyka, że poszczególne indywidualne interpretacje podatkowe, uzyskane oraz stosowane już przez Grupę zostaną zmienione lub zakwestionowane. Istnieje także ryzyko, że wraz z wprowadzeniem nowych regulacji Spółki Grupy będą musiały podjąć działania dostosowawcze, co może skutkować zwiększonymi kosztami wymuszonymi okolicznościami związanymi z dostosowaniem się do nowych przepisów. Z uwagi na powyższe nie można wykluczyć zakwestionowania przez organy podatkowe prawidłowości rozliczeń podatkowych podmiotów wchodzących w skład Grupy w zakresie nieprzedawnionych zobowiązań podatkowych oraz określenia zaległości podatkowych tych podmiotów, co może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, perspektywy rozwoju lub wyniki Grupy.

Brak orzecznictwa i wiążących interpretacji prawnych znowelizowanych przepisów prawa podatkowego (w tym tzw. „Polski Ład”) wiąże się nie tylko z kosztami dodatkowych konsultacji prawnych, ale także możliwym zwiększeniem obciążeń podatkowych. Nie można wykluczyć nieumyślnych błędów wynikających z nieprawidłowej interpretacji przepisów, ponieważ skala zmian, jak i tempo ich wprowadzania jest bezprecedensowe. Nie można wykluczyć, że mimo dochowania najwyższej staranności przez Grupę, organy odpowiedzialne za kontrole mogą przyjąć stanowisko odmienne od stanowiska Grupy.

Ryzyko naruszenia przepisów dotyczących ochrony danych osobowych

Od dnia 25 maja 2018 roku stosuje się bezpośrednio w krajowych porządkach prawnych Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 roku w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych, RODO). W związku z RODO zostały wydane uzupełniające przepisy krajowe.

Pomimo, że przepisy RODO są stosowane od kilku lat, nie została dotychczas ustalona powszechnie akceptowana szczegółowa interpretacja wszystkich regulacji. Nie można obecnie w sposób jednoznaczny przewidzieć wszystkich aspektów wpływu RODO na dalszą działalność przedsiębiorców, w ramach której następuje przetwarzanie danych osobowych, w tym na rynek usług, w których wykorzystywane są dane osobowe, takich jak np. reklama targetowana czy e-mailing reklamowy.

Grupa podjęła i nadal podejmuje stosowne działania w celu dostosowania się do regulacji RODO, jednakże – ze względów wskazanych powyżej – nie można całkowicie wykluczyć ryzyka negatywnego wpływu nowych przepisów na działalność Grupy.

Ryzyko związane z zawieraniem umów z podmiotami powiązanymi

Spółki Grupy przeprowadzają transakcje z podmiotami z Grupy, w tym z podmiotami powiązanymi w rozumieniu przepisów podatkowych. Zawierając i realizując transakcje z podmiotami powiązanymi, Spółki Grupy starają się dbać 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, a także trudności w zidentyfikowaniu porównywalnych transakcji do celów odniesień, nie można zapewnić, że poszczególne spółki grupy nie zostaną poddane kontrolom lub innym czynnościom sprawdzającym podejmowanym przez organy podatkowe i organy kontroli skarbowej. Ewentualne zakwestionowanie metod określenia warunków rynkowych do celów powyższych transakcji może mieć istotny negatywny wpływ na działalność, sytuację finansową, perspektywy rozwoju, wyniki Grupy.

Ryzyko związane z możliwymi kontrolami UOKiK, UKE oraz KRRiTV

Prezes UOKiK sprawuje kontrolę nad działalnością Grupy pod kątem oceny przestrzegania m.in. przepisów zakazujących stosowania określonych praktyk, które naruszają wspólne interesy konsumentów, takich jak przedstawianie konsumentom nierzetelnych informacji, nieuczciwe praktyki rynkowe czy praktyki ograniczające konkurencję. Działalność Grupy podlega również kontroli KRRiTV w związku z tym, że spółka z Grupy jest nadawcą programu telewizyjnego i uzyskała koncesje na nadawanie radiowe, a także w związku z udostępnianiem przez Grupę za pomocą serwisów i portali internetowych usług wideo na żądanie (VoD). Ponadto w związku ze zbieraniem danych na temat użytkowników internetu za pomocą serwisów i portali internetowych (dzięki wykorzystaniu tzw. cookies) oraz, w pewnym zakresie, w związku ze świadczeniem usług telekomunikacyjnych, Grupa podlega również kontroli UKE. Potencjalne nałożenie na Spółki z Grupy kary pieniężnej przez krajowe organy ochrony konkurencji lub Komisję Europejską, a także odmowa zgody na dokonanie przez Spółkę lub Spółki Zależne koncentracji, mogą mieć istotny, negatywny wpływ na działalność Grupy, jej sytuację i wyniki finansowe.

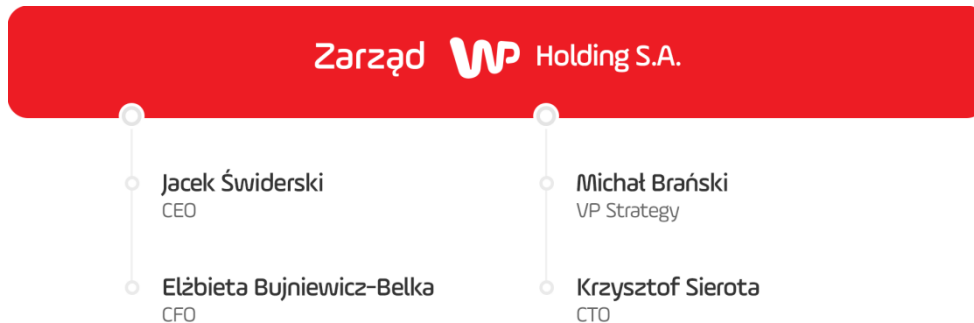
Ryzyko związane z zasadą neutralności sieci internetowej

Zasada neutralności sieci wyraża się w jednakowym traktowaniu przesyłanych danych w internecie przez operatora lub dostawcę internetu. Zgodnie z tą zasadą operatorzy punktów wymiany ruchu i sieci szkieletowych, a także dostawcy internetu nie mogą w uprzywilejowany sposób traktować wybranych serwisów czy usług, przyznając im pakietom znaczenie priorytetowe, a ponadto każdy użytkownik internetu ma prawnie zapewniony równy i jednakowy dostęp do wszystkich usług w internecie. Nie można wykluczyć, że w przyszłości operatorzy lub dostawcy dostępu do internetu nie będą egzekwowali zasady neutralności ani że podjęte działania legislacyjne w zakresie wprowadzenia zasady neutralności nie będą wystarczające dla zapewnienia neutralności sieci internetowej.

9. ORGANY, AKCJE I AKCJONARIAT

ORGANY SPÓŁKI WIRTUALNA POLSKA HOLDING SA I ZMIANY W ICH SKŁADZIE

Skład Zarządu na dzień 31 grudnia 2021 roku oraz na dzień sporządzenia niniejszego raportu przedstawiał się następująco:



W okresie objętym niniejszym sprawozdaniem nie wystąpiły żadne zmiany w składzie Zarządu Spółki.

Skład Rady Nadzorczej na dzień 31 grudnia 2021 roku oraz na dzień sporządzenia niniejszego raportu przedstawiał się następująco:



STRUKTURA KAPITAŁU ZAKŁADOWEGO

Na dzień 31 grudnia 2021 roku kapitał zakładowy Spółki dzielił się na 29.246.202 akcji o wartości nominalnej 0,05 złotych, uprawniających do 40.535.911 głosów na Walnym Zgromadzeniu w tym:

- 11.289.709 akcji imiennych, uprzywilejowanych serii A; uprzywilejowanie 11.289.709 akcji serii A dotyczy prawa głosu na walnym zgromadzeniu w ten sposób, że na jedną akcję przypadają dwa głosy;
- 1.100.000 akcji zwykłych na okaziciela serii A;
- 12.221.811 akcji zwykłych na okaziciela serii B;
- 301.518 akcji zwykłych na okaziciela serii C;
- 761.841 akcji zwykłych na okaziciela serii D;
- 3.339.744 akcji zwykłych na okaziciela serii E;
- 231.579 akcji zwykłych na okaziciela serii F.

Do obrotu na rynku regulowanym dopuszczone są akcje serii B, C, D, E i F oraz nieuprzywilejowane co do głosu akcje na okaziciela serii A.

POLITYKA DYWIDENDOWA

W dniu 20 grudnia 2016 roku Zarząd Spółki Wirtualna Polska Holding SA przyjął Politykę Dywidendową.

Zgodnie z przyjętą polityką Zarząd będzie wnioskował do Walnego Zgromadzenia o wypłatę dywidendy na poziomie powyżej 1 złoty na jedną akcję, jednakże łącznie nie więcej niż 70% skonsolidowanego zysku netto Grupy Kapitałowej wykazanego w sprawozdaniu finansowym za dany rok obrotowy.

Zarząd, rekomendując wypłatę dywidendy, każdorazowo będzie brał pod uwagę istotne czynniki, w tym w szczególności:

- a) bieżącą sytuację finansową Grupy Kapitałowej,
- b) plany inwestycyjne Grupy,
- c) potencjalne cele akwizycyjne spółek wchodzących w skład Grupy,
- d) przewidywany poziom wolnych środków pieniężnych w WPH w roku obrotowym, w którym przypada płatność dywidendy.

Polityka dywidendowa znajduje zastosowanie począwszy od podziału skonsolidowanego zysku netto Grupy Kapitałowej za rok obrotowy zakończony dnia 31 grudnia 2016 roku. Decyzja o wypłacie dywidendy przez WPH SA podejmowana jest przez Walne Zgromadzenie.

W dniu 17 maja 2021 r. Walne Zgromadzenie jednostki dominującej podjęło uchwałę w sprawie wypłaty dywidendy w wysokości 1,55 złotych na jedną akcję, w łącznej kwocie 45 299 tys. złotych., zgodnie z rekomendacją Zarządu. Zgodnie z Polityką Dywidendową Spółki, Zarząd wydał powyższą rekomendację biorąc pod uwagę bieżącą sytuację Grupy Kapitałowej, jej plany inwestycyjne, jak również specyficzną sytuację rynkową związaną z pandemią COVID-19. Dzień ustalenia prawa do dywidendy wyznaczony został na dzień 22 czerwca 2021 roku, a dzień wypłaty dywidendy na dzień 29 czerwca 2021 roku. Ostateczna wartość wypłaconej dywidendy wyniosła 45.300tys. złotych.

AKCJONARIUSZE POSIADAJĄCY CO NAJMNIEJ 5% W OGÓLNEJ LICZBIE GŁOSÓW

Zgodnie z otrzymanymi przez Spółkę Wirtualna Polska Holding SA zawiadomieniami i według najlepszej wiedzy Spółki, struktura akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki na dzień 31 grudnia 2021 roku wyglądała jak w kolejnej tabeli.

Akcjonariusz	Liczba akcji	% kapitału podstawowego	Liczba głosów	% głosów
Jacek Świdorski poprzez podmioty zależne, w tym m.in.:	3 785 667	12,94%	7 548 904	18,62%
Orfe S.A.	3 771 740	12,90%	7 334 977	18,10%
Michał Brański poprzez podmioty zależne, w tym m.in.:	3 781 416	12,93%	7 544 652	18,61%
10X S.A.	3 767 488	12,88%	7 530 724	18,58%
Krzysztof Sierota poprzez podmioty zależne, w tym m.in.:	3 777 164	12,92%	7 540 400	18,60%
Albemuth Inwestycje S.A.	3 763 236	12,87%	7 526 472	18,57%
Łącznie Założyciele *	11 344 247	38,79%	22 633 956	55,84%
AVIVA OFE	2 799 000	9,57%	2 799 000	6,90%
Pozostali	15 102 955	51,64%	15 102 955	37,26%
Razem	29 246 202	100,00%	40 535 911	100,00%

* Założyciele w związku z zawartym w dniu 19 marca 2015 r. przez Założycieli oraz ich podmioty zależne (Orfe SA, 10X SA i Albemuth Inwestycje SA) porozumieniem akcjonariuszy stanowiącym porozumienie dotyczące zgodnego głosowania na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy Spółki i prowadzenia trwałej polityki wobec Spółki wykonują prawa głosu łącznie.

ZMIANY W AKCJONARIACIE I WYSOKOŚCI KAPITAŁU PODSTAWOWEGO PO DACIE BILANSOWEJ

W dniu 21 lutego 2022 nastąpiła rejestracja w KDPW oraz dopuszczenie do obrotu 5.159 akcji zwykłych na okaziciela serii D oraz 5.715 akcji zwykłych na okaziciela serii F. Po rejestracji, dopuszczeniu do obrotu i wydaniu ww. akcji kapitał zakładowy Spółki wyniósł 1.462.853,80 złotych i dzielił się na 29.257.076 akcji o wartości nominalnej 0,05 złotych, uprawniających do 40.546.785 głosów na Walnym Zgromadzeniu.

Po dokonaniu podwyższenia kapitału struktura akcjonariatu przedstawia się następująco:

Akcjonariusz	Liczba akcji	% kapitału podstawowego	Liczba głosów	% głosów
Jacek Świdorski poprzez podmioty zależne, w tym m.in.:	3 785 667	12,94%	7 548 904	18,62%
Orfe S.A.	3 771 740	12,89%	7 334 977	18,09%
Michał Brański poprzez podmioty zależne, w tym m.in.:	3 781 416	12,92%	7 544 652	18,61%
10X S.A.	3 767 488	12,88%	7 530 724	18,57%
Krzysztof Sierota poprzez podmioty zależne, w tym m.in.:	3 777 164	12,91%	7 540 400	18,60%
Albemuth Inwestycje S.A.	3 763 236	12,86%	7 526 472	18,56%
Łącznie Założyciele *	11 344 247	38,77%	22 633 956	55,82%
AVIVA OFE	2 799 000	9,57%	2 799 000	6,90%
Pozostali	15 113 829	51,66%	15 113 829	37,28%
Razem	29 257 076	100,00%	40 546 785	100,00%

STAN POSIADANYCH AKCJI PRZEZ OSOBY ZARZĄDZAJĄCE I NADZORUJĄCE

Na datę niniejszego raportu stan posiadania akcji Spółki Wirtualna Polska Holding SA przez osoby zarządzające i nadzorujące przedstawia się następująco:

- Jacek Świdorski jest pośrednio uprawniony do prawa głosu z 3.763.237 akcji imiennych serii A Spółki posiadanych przez Orfe SA, uprzywilejowanych co do głosu w ten sposób, że na jedną akcję przypadają

dwa głosy na walnym zgromadzeniu, 13.927 akcji zwykłych na okaziciela posiadanych przez Bridge20 Enterprises Limited, oraz 8.503 akcji zwykłych na okaziciela posiadanych przez Orfe SA, co stanowi łącznie 12,94% udziału w kapitale zakładowym Spółki, reprezentujących 7.548.904 głosów z tych akcji na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy Spółki oraz stanowiących 18,62% w ogólnej liczbie głosów;

- Krzysztof Sierota jest pośrednio uprawniony do prawa głosu z 3.763.236 akcji imiennych serii A Spółki posiadanych przez Albemuth Inwestycje SA uprzywilejowanych co do głosu w ten sposób, że na jedną akcję przypadają dwa głosy na walnym zgromadzeniu oraz 13.928 akcji zwykłych na okaziciela posiadanych przez Highcastle Sp. z o.o., co stanowi łącznie 12,91% udziału w kapitale zakładowym Spółki, reprezentujących 7.540.400 głosów z tych akcji na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy Spółki oraz stanowiących 18,60% w ogólnej liczbie głosów oraz
- Michał Brański jest pośrednio uprawniony do prawa głosu z 3.763.236 akcji imiennych serii A Spółki posiadanych przez 10X SA ,uprzywilejowanych co do głosu w ten sposób, że na jedną akcję przypadają dwa głosy na walnym zgromadzeniu, 13.928 akcji zwykłych na okaziciela posiadanych przez Now2 Sp. z o.o. oraz 4.252 akcji zwykłych na okaziciela posiadanych przez 10X SA, co stanowi łącznie 12,92% udziału w kapitale zakładowym Spółki, reprezentujących 7.544.652 głosów z tych akcji na walnym zgromadzeniu akcjonariuszy Spółki oraz stanowiących 18,61% w ogólnej liczbie głosów.
- W ramach realizacji pierwszej fazy planu motywacyjnego Elżbieta Bujniewicz-Belka (Członek Zarządu) objęła 18.664 akcji zwykłych na okaziciela nowej serii C emitowanych na podstawie uchwały emisyjnej akcji serii C. W kolejnych fazach programu Elżbieta Bujniewicz-Belka objęła 93.318 akcji zwykłych na okaziciela serii D emitowanych na podstawie uchwały emisyjnej akcji serii D. Elżbieta Bujniewicz-Belka posiada ponadto 564 akcji zakupionych we wrześniu 2017 roku. Elżbieta Bujniewicz-Belka jest także uprawniona do objęcia maksymalnie 120.000 akcji zwykłych na okaziciela serii F emitowanych w ramach drugiego programu opcji menedżerskich na podstawie uchwały emisyjnej akcji serii F.

Dodatkowe informacje na temat struktury i zmian w kapitale własnym oraz prawach głosu opisane zostały w nocie 30 skonsolidowanego sprawozdania finansowego.

INFORMACJA O UMOWACH DOTYCZĄCYCH ZMIAN W STRUKTURZE AKCJONARIATU

Plan motywacyjny – płatności oparte na akcjach oraz system jego kontroli

■ Pierwszy plan motywacyjny

W dniu 23 października 2014 roku akcjonariusze jednostki dominującej podpisali porozumienie, które zakłada powstanie programu motywacyjnego przyznającego kluczowym osobom współpracującym z Grupą opcji na akcje Spółki. Całkowita liczba akcji przeznaczona na realizację programu wynosi 1.230.576 i nie przekroczy 5% kapitału podstawowego Spółki. Datą przyznania uprawnień jest dzień 12 sierpnia 2014 roku, przy czym prawa są przez beneficjentów nabierane stopniowo w czasie (tzw. vesting), kwartalnie przez ustalony okres, co do zasady nie dłuższym niż 6 lat. Program zawiera warunek pracy jako warunek nabycia praw do opcji.

Szczegółowe informacje na temat pierwszego planu motywacyjnego zostały opisane w nocie 31 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy za rok zakończony 31 grudnia 2021.

■ Drugi Plan Motywacyjny

W dniu 15 lutego 2016 roku Rada Nadzorcza jednostki dominującej podjęła uchwałę w sprawie przyjęcia regulaminu nowego programu motywacyjnego przyznającego kluczowym osobom współpracującym z Grupą opcji na akcje zwykłe serii F Spółki. Całkowita liczba akcji przeznaczona na realizację programu wynosi 593.511 i nie przekroczy 5% kapitału podstawowego Spółki.

Szczegółowe informacje na temat nowego planu motywacyjnego zostały opisane w notcie 31 do skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy za rok zakończony 31 grudnia 2021.

NABYCIE AKCJI WŁASNYCH

Zarówno Wirtualna Polska Holding SA jak i żadna ze spółek wchodzących w skład Grupy Kapitałowej na 31 grudnia 2021 roku nie posiadała akcji własnych.

ANALITYCY

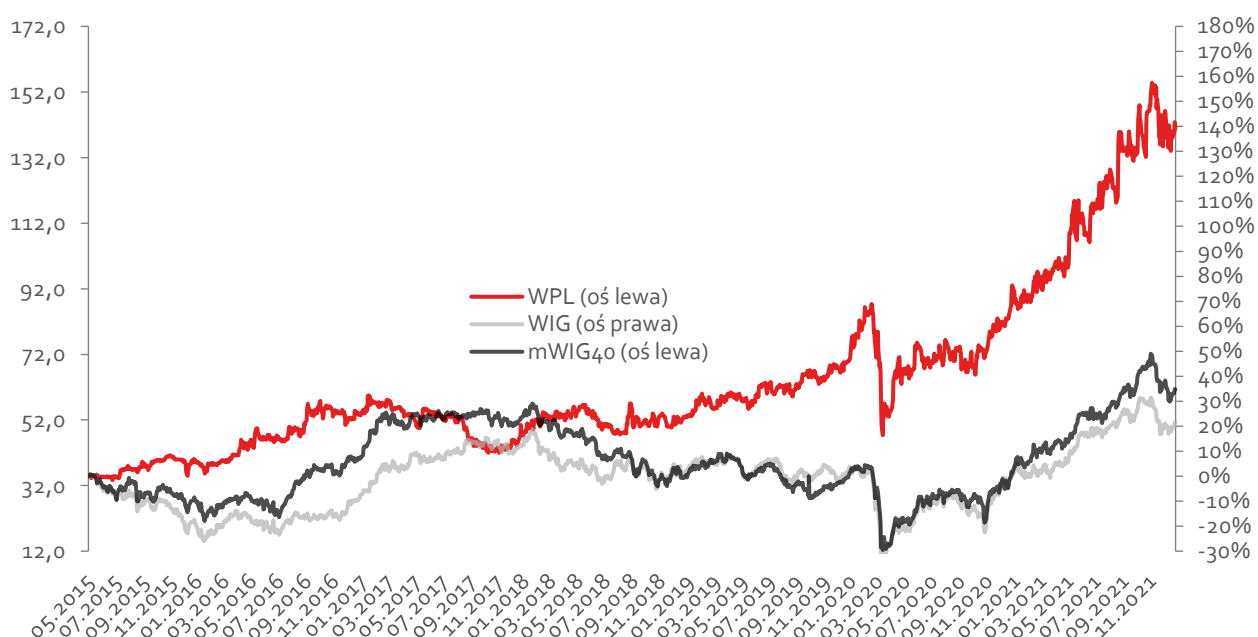
Poniżej przedstawiamy listę analityków, którzy przygotowują raporty i wydają rekomendacje na temat Grupy Kapitałowej:

- Konrad Książkowski, Haitong Bank, SA, <http://www.haitongib.com/en>
- Marcin Nowak, IPOPEMA Securities SA, <http://ipopemasecurities.pl/>
- Paweł Szpigiel, Dom Maklerski mBanku SA, <http://www.mdm.pl/>
- Anna Kaim, PKO BP SA, <http://www.pkobp.pl/>
- Dominik Niszcz, Trigon Dom Maklerski S.A. <http://www.trigon.pl/>
- Emil Popławski, Bank Pekao Biuro Maklerskie, <https://www.pekao.com.pl>
- Tomasz Krukowski, Santander Brokerage Poland, <https://www.santander.pl/inwestor>
- Piotr Raciborski, Wood&Co, <https://www.wood.cz/>

NOTOWANIA AKCJI

Akcje Wirtualna Polska Holding SA notowane są na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie od dnia 7 maja 2015 roku. Akcje Wirtualna Polska Holding SA wchodzą w skład następujących indeksów: WIG, WIG-Poland, InvestorMS, WIG-MEDIA, mWIG40.

Wykres przedstawia kształtowanie się kursu akcji Wirtualna Polska Holding SA od dnia debiutu giełdowego do 31 grudnia 2021 roku na tle indeksów WIG20, mWIG40 oraz WIG.



10. INFORMACJE UZUPEŁNIAJĄCE

WYSOKOŚĆ WYNAGRODZEŃ OSÓB ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH

Wynagrodzenia Członków Zarządu

Zarząd jednostki dominującej pobiera wynagrodzenia z Wirtualna Polska Holding SA oraz z tytułu pełnienia funkcji członków rad nadzorczych spółek zależnych Grupy Kapitałowej.

Poniższa tabela przedstawia wartość świadczeń należnych lub wypłaconych Członkom Zarządu w 2021 roku.

Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2021 (w tys. złotych)	Wynagrodzenia i narzuty	Plan motywacyjny-płatności oparte na akcjach
Jacek Świdorski	3 552	-
Krzysztof Sierota	1 270	-
Michał Brański	1 358	-
Elżbieta Bujniewicz - Belka	1 308	1 272
razem	7 488	1 272

Wynagrodzenia Członków Rady Nadzorczej

Poniższa tabela przedstawia wartość świadczeń należnych lub wypłaconych Członkom Rady Nadzorczej w 2021 roku.

Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2021 (w tys. złotych)	Wynagrodzenia i narzuty	Plan motywacyjny-płatności oparte na akcjach
Witold Woźniak	34	-
Katarzyna Beuch	18	-
Grzegorz Konieczny	18	-
Piotr Walter	34	-
Aleksander Wilewski	34	-
Beata Barwińska-Piotrowska	34	-
Mariusz Jarzębowski	34	-
Jarosław Mikos	13	-
razem	219	-

Informacje o zobowiązaniach wynikających z emerytur i świadczeń o podobnym charakterze dla byłych osób zarządzających lub nadzorujących

Grupa nie wypłacała ani nie ma żadnych zobowiązań do wypłaty emerytur i świadczeń o podobnym charakterze dla byłych osób zarządzających lub nadzorujących.

ZDARZENIA, KTÓRE WYSTĄPIŁY PO DNIU BILANSOWYM

Szczegółowe informacje na temat zdarzeń po dniu bilansowym zostały przedstawione w nocie 45 skonsolidowanego sprawozdania finansowego za okres 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2021 roku.

STANOWISKO ZARZĄDU ODNOŚNIE MOŻLIWOŚCI ZREALIZOWANIA WCZEŚNIEJ PUBLIKOWANYCH PROGNOZ WYNIKÓW ZA DANY ROK

Grupa nie publikowała prognoz wyników finansowych na rok 2021.

OFERTA PRODUKTOWA SPÓŁKI I GRUPY WIRTUALNA POLSKA HOLDING

Oferta produktowa Grupy dzieli się na dwie kategorii – sprzedaż reklamy Online oraz sprzedaż reklamy w Telewizji.

Poniższa tabela przedstawia podział przychodów na te dwie kategorie.

(w tys. złotych)	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2021	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2020
Przychody z umów z klientami w segmencie online, w tym:	845 653	605 735
Sprzedaż usług rozliczana gotówkowo	721 584	526 211
Sprzedaż towarów rozliczana gotówkowo	99 288	63 257
Sprzedaż usług rozliczana w barterze	24 781	16 267
Przychody z umów z klientami w segmencie TV w tym:	26 586	26 551
Sprzedaż usług rozliczana gotówkowo	26 586	26 551
Sprzedaż usług rozliczana w barterze	-	-
Razem	872 239	632 286

Reklama Online

Grupa prowadzi działalność na polskim rynku reklamy online oferując swoim klientom szeroką gamę produktów reklamowych – nowoczesne reklamy display, w tym reklamy wideo online, reklamy wysyłane pocztą elektroniczną, reklamy na urządzenia mobilne oraz reklamy oparte na modelu efektywnościowym (tj. rozliczanej za przejścia do strony, wypełnienie formularza, rejestrację, zakup towarów lub usług) (lead generation, performance marketing). Dzięki dużej popularności serwisów i usług Grupy, Grupa ma możliwość dotarcia z przekazem reklamowym do szerokiego grona użytkowników.

Reklama TV

Poprzez działalność Telewizji WP Grupa generuje przychody z tytułu emisji reklam, ogłoszeń wyborczych, politycznych i społecznych, a także umów o sponsorowanie, lokowanie produktu i wniesienie wkładu w finansowanie audycji rozpowszechnianych w programie telewizyjnym.

Zmiany w przychodach rok do roku omówiono w punkcie 2 niniejszego sprawozdania.

W 2021 roku Wirtualna Polska Holding SA nie osiągała przychodów z działalności operacyjnej.

RYNKI ZBYTU I ZAOPATRZENIA

W odniesieniu do Grupy Kapitałowej, około 75% przychodów ze sprzedaży osiągniętych przez Grupę w 2021 roku pochodziło z rynku krajowego. Sprzedaż na rynkach zagranicznych realizowana jest głównie do krajów Unii Europejskiej.

(w tys. złotych)	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2021	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2020
Sprzedaż krajowa	655 811	466 447
Sprzedaż zagraniczna	216 428	165 839
Unia Europejska	186 346	146 673
Poza Unię Europejską	30 083	19 165
Razem	872 239	632 286

Grupa posiada dobrze zdywersyfikowany portfel odbiorców i dostawców. Zarówno w 2021 jak i w 2020 roku obroty jednego kontrahenta przekroczyły 10% łącznych skonsolidowanych przychodów Grupy i w poszczególnych latach wyniosły odpowiednio 14% i 16%. Kontrahent ten ma stabilną sytuację finansową, w trakcie dotychczasowej długoletniej współpracy nie występowały opóźnienia w płatnościach. W związku z powyższym w opinii Zarządu nie występuje ryzyko związane z nadmierną koncentracją przychodów i ryzyka kredytowego.

W 2021 roku Wirtualna Polska Holding SA nie osiągała przychodów z działalności operacyjnej.

POSTĘPOWANIA TOCZĄCE SIĘ PRZED SĄDEM, ORGANEM WŁAŚCIWYM DLA POSTĘPOWANIA ARBITRAŻOWEGO LUB ORGANEM ADMINISTRACJI PUBLICZNEJ

W sytuacji, gdy spółka z Grupy jest stroną pozwaną w sporze sądowym, zawiązywana jest rezerwa na dana sprawę w oparciu o jej stan faktyczny i szacunek kosztów przygotowany przez prowadzący ją Dział Prawny. Rezerwy ujmowane są w wysokości roszczeń i kosztów sądowych jakie zdaniem Grupy są prawdopodobne do zasądzenia. Obecnie nie toczą się żadne postępowania sądowe, arbitrażowe lub przed organem administracji dotyczące zobowiązań lub wierzytelności Wirtualna Polska Holding SA lub jednostek zależnych, których wartość przekraczałaby 10% kapitałów własnych Wirtualna Polska Holding SA.

W trakcie roku rezerwa na sprawy sądowe zmniejszyła się łącznie o 282 tys. złotych.

INFORMACJE O TRANSAKcjACH Z PODMIOTAMI POWIĄZANYMI

Wszystkie transakcje z podmiotami powiązanymi są zawierane na warunkach rynkowych. Szczegółowe informacje na temat transakcji z podmiotami powiązanymi zostały przedstawione w nocie 42 skonsolidowanego sprawozdania finansowego za okres 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2021 roku oraz w nocie 20 jednostkowego sprawozdania finansowego Wirtualna Polska Holding SA za 2021 rok.

INFORMACJA O INSTRUMENTACH FINANSOWYCH

Informacje o instrumentach finansowych w zakresie:

- ryzyka: zmiany cen, kredytowego, istotnych zakłóceń przepływów środków pieniężnych oraz utraty płynności finansowej, na jakie narażona jest jednostka,
- przyjętych przez jednostkę celach i metodach zarządzania ryzykiem finansowym, łącznie z metodami zabezpieczenia istotnych rodzajów planowanych transakcji, dla których stosowana jest rachunkowość zabezpieczeń;

zamieszczono w nocie 41 skonsolidowanego sprawozdania finansowego za okres 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2021 roku. Analogiczne informacje dotyczące Wirtualna Polska Holding SA zamieszczono w nocie 18 jednostkowego sprawozdania finansowego za okres 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2020 roku.

INFORMACJE O UDZIELONYCH GWARANCJACH, PORĘCZENIACH KREDYTÓW LUB POŻYCZEK ORAZ UDZIELONYCH POŻYCZKACH

Gwarancje wobec podmiotów spoza Grupy

W analizowanym okresie żadna ze spółek Grupy nie udzieliła poręczeń kredytu lub pożyczki oraz nie udzieliły gwarancji łącznie jednemu podmiotowi lub jednostce zależnej od tego podmiotu o łącznej wartości stanowiącej równowartość co najmniej 10% kapitałów własnych Wirtualna Polska Holding.

I Gwarancje wewnątrzgrupowe

Na dzień niniejszego raportu Totalmoney.pl Sp. z o.o., Domodi Sp. z o.o., Homebook Sp. z o.o., Extradom Sp. z o.o. oraz Wakacje.pl SA są stronami umowy kredytowej zawartej pomiędzy spółką Wirtualna Polska Media SA oraz Wirtualna Polska Holding SA z mBank SA, Powszechna Kasa Oszczędności Bank Polski SA, ING Bank Śląski SA, Bank Polska Kasa Opieki SA oraz BNP Paribas Bank Polska SA.

Łączna kwota gwarancji odpowiada bieżącemu saldu zadłużenia Wirtualna Polska Media SA oraz Wirtualna Polska Holding SA z tytułu omawianej umowy kredytowej.

I Udzielone pożyczki

Na dzień 31 grudnia 2021 roku Wirtualna Polska Holding SA oraz Wirtualna Polska Media SA są stronami pożyczek udzielonych spółkom wchodzącym w skład grupy kapitałowej oraz spółkom stowarzyszonym przeznaczonych na finansowanie akwizycji oraz bieżącej działalności operacyjnej. Jednostka dominująca nie posiada pożyczek od innych spółek z grupy.

Szczegóły dotyczące pożyczek udzielonych i otrzymanych przez Wirtualna Polska Holding SA są opisane w nocie 10 do jednostkowego sprawozdania finansowego spółki za rok zakończony 31 grudnia 2021.

INFORMACJE O ZAWARTYCH I WYPOWIEDZIANYCH W DANYM ROKU OBROTOWYM UMOWACH DOTYCZĄCYCH KREDYTÓW I POŻYCZEK

I Kredyty zaciągnięte w instytucjach finansowych.

Zgodnie z przyjętym w Grupie Kapitałowej modelem finansowania stroną kredytu zaciągniętego w instytucjach zewnętrznych (poza kredytem w rachunku bieżącym) są wyłącznie Wirtualna Polska Holding SA oraz spółka zależna Wirtualna Polska Media SA, przy czym obaj kredytobiorcy oraz wybrane spółki należące do grupy kapitałowej są gwarantami tej umowy. Opis parametrów otrzymanego kredytu oraz zmiany, jakie miały miejsce w trakcie roku zostały szczegółowo opisane w nocie 35 sprawozdania finansowego.

I Pożyczki wewnątrzgrupowe

Na dzień 31 grudnia 2021 roku Wirtualna Polska Holding SA oraz Wirtualna Polska Media SA są stronami udzielonych spółkom wchodzącym w skład grupy kapitałowej pożyczek przeznaczonych na finansowanie akwizycji oraz bieżącej działalności operacyjnej. Jednostka dominująca nie posiada pożyczek od innych spółek z grupy.

OCENA ZARZĄDZANIA ZASOBAMI FINANSOWYMI

W Grupie Kapitałowej zostało wdrożone scentralizowane zarządzanie obszarem finansowym poprzez centralny model finansowania oraz grupową politykę zarządzania płynnością finansową. Kierunek rozwoju działalności poszczególnych spółek oraz limity ekspozycji na ryzyko są ustalane na najwyższym szczeblu Grupy. Podjęte działania umożliwiły efektywne zarządzanie zasobami finansowymi.

Zgodnie z przyjętym modelem finansowania, Spółka jest odpowiedzialna za pozyskanie finansowania dla spółek Grupy Kapitałowej. Finansowanie bieżącej działalności operacyjnej spółek zgłaszających zapotrzebowanie na finansowanie następuje z nadwyżek finansowych generowanych przez pozostałe spółki poprzez udzielanie pożyczek wewnątrzgrupowych. Taka forma pozyskiwania źródeł finansowania umożliwia przede wszystkim obniżenie kosztu kapitału, zwiększa możliwości otrzymania finansowania, redukuje ilość i formy zabezpieczeń

ustanowionych na majątku Grupy Kapitałowej oraz wskaźników wymaganych przez instytucje finansowe, a także wpływa na zmniejszenie kosztów administracyjnych.

Działalność akwizycyjna i inwestycyjna w 2021 i 2020 roku finansowana była głównie ze środków własnych.

W 2021 roku Grupa Kapitałowa Wirtualna Polska Holding posiadała pełną zdolność do regulowania swoich zobowiązań w terminie ich płatności.

OCENA MOŻLIWOŚCI REALIZACJI ZAMIERZEŃ INWESTYCYJNYCH

Finansowanie inwestycji strategicznych jest zarządzane centralnie na poziomie Spółki. Zarząd ocenia, że Grupa jest w stanie finansować obecne i przyszłe zamierzenia inwestycyjne ze środków własnych generowanych z działalności operacyjnej oraz poprzez dostępne finansowanie zewnętrzne.

ZMIANY W PODSTAWOWYCH ZASADACH ZARZĄDZANIA SPÓŁKĄ ORAZ GRUPĄ KAPITAŁOWĄ

W roku 2021 nie wystąpiły istotne zmiany w podstawowych zasadach zarządzania Spółką i Grupą Kapitałową.

UMOWY ZAWARTE Z OSOBAMI ZARZĄDZAJĄCYMI PRZEWIDUJĄCE REKOMPENSATĘ W PRZYPADKU ICH REZYGNACJI LUB ZWOLNIENIA Z ZAJMOWANEGO STANOWISKA BEZ WAŻNEJ PRZYCZYNY LUB GDY ICH ODWOŁANIE LUB ZWOLNIENIE NASTĘPUJE Z POWODU POŁĄCZANIA SPÓŁKI PRZEZ PRZEJĘCIE

Członkowie Zarządu Spółki pełnią funkcje w Zarządzie na podstawie powołania. Wysokość wynagrodzenia Członków Zarządu określają uchwały Rady Nadzorczej Spółki.

W razie odwołania Członka Zarządu przez Spółkę lub rezygnacji Członka Zarządu z pełnienia funkcji z inicjatywy Spółki, Członkowi Zarządu będzie przysługiwać odprawa, chyba, że wyłączną przyczyną uzasadniającą odwołanie lub rezygnację z funkcji Członka Zarządu Spółki będą:

- ciężkie naruszenie przez Członka Zarządu podstawowych obowiązków;
- niezdolność Członka Zarządu do pełnienia funkcji Członka Zarządu Spółki wskutek choroby trwająca dłużej niż łączny okres pobierania z tego tytułu wynagrodzenia i zasiłku oraz pobierania świadczenia rehabilitacyjnego za okres pierwszych trzech miesięcy.

Każdy z Członków Zarządu jest związany zakazem konkurencji przez cały okres pełnienia funkcji Członka Zarządu Spółki oraz w okresie dwunastu miesięcy (w przypadku Członka Zarządu ds. Finansowych Spółki – sześć miesięcy) po dacie zaprzestania pełnienia tej funkcji. Z tytułu wywiązywania się ze zobowiązań w zakresie zakazu konkurencji w okresie 12 miesięcy po dacie zaprzestania pełnienia funkcji Członka Zarządu, każdy z nich ma prawo do odszkodowania w wysokości stanowiącej kwotę określoną w uchwale Rady Nadzorczej. W przypadku naruszenia przez Członka Zarządu wskazanych w umowie postanowień w zakresie zakazu konkurencji, Członek Zarządu utraci prawo do odszkodowania i będzie zobowiązany do zwrotu Spółce odszkodowania już otrzymanego.

BADANIA I ROZWÓJ

Z uwagi na profil prowadzonej działalności Grupa nie przyjęła strategii badawczo-rozwojowej i nie ponosi nakładów na działalność badawczą.

W ramach swojej działalności Grupa realizuje szereg projektów rozwojowych skoncentrowanych na tworzeniu nowoczesnych rozwiązań technologicznych dla użytkowników i klientów, Projekty te mają na celu utrwalanie technologicznej przewagi konkurencyjnej Grupy.

INFORMACJA O PODMIOCIE UPRAWNIONYM DO BADANIA SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH

Szczegóły dotyczące podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych oraz informacje na temat wynagrodzenia tego podmiotu zamieszczono w nocie 46 skonsolidowanego sprawozdania finansowego za okres 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2021 roku. Informacje na temat wynagrodzenia tego podmiotu i jego wynagrodzenia w jednostce dominującej Wirtualna Polska Holding S.A zamieszczono w nocie 22 jednostkowego sprawozdania finansowego za okres 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2021 roku.

INNE INFORMACJE, KTÓRE W OCENIE GRUPY SĄ ISTOTNE DLA OCENY SYTUACJI KADROWEJ, MAJĄTKOWEJ, FINANSOWEJ, WYNIKU FINANSOWEGO I ICH ZMIAN ORAZ INFORMACJE, KTÓRE SĄ ISTOTNE DLA OCENY MOŻLIWOŚCI REALIZACJI ZOBOWIĄZAŃ PRZEZ GRUPĘ.

Poza przedstawionymi w niniejszym dokumencie oraz w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym zdarzeniami do dnia publikacji niniejszego raportu nie wystąpiły inne zdarzenia, które są istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań przez Grupę.

W ocenie Zarządu Wirtualna Polska Holding SA przedstawione informacje w sposób wyczerpujący opisują sytuację kadrową, majątkową i finansową Grupy i nie miały miejsca inne zdarzenia, nieujawnione przez Spółkę, które mogłyby być uznane za istotne dla oceny tej sytuacji.

11. WYBRANE DANE FINANSOWE W PRZELICZENIU NA EURO

Poniższe tabele przedstawiają wybrane skonsolidowane dane finansowe za okres 12 miesięcy zakończonych 31 grudnia 2021 i 2020 roku. Wybrane dane finansowe zawarte w poniższych tabelach zostały zaprezentowane w tys. złotych, o ile nie zaznaczono inaczej. Informacje zawarte w tych tabelach powinny być czytane razem z informacjami zawartymi w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2021 oraz z informacjami zawartymi w punkcie 2 niniejszego sprawozdania.

Skonsolidowane sprawozdanie z wyniku finansowego i pozostałych całkowitych dochodów

	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2021	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2020	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2021	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2020
	(w tys. złotych)		(w tys. EUR)	
Przychody ze sprzedaży	872 239	632 286	190 549	141 318
Przychody gotówkowe ze sprzedaży	847 458	616 019	185 136	137 682
Skorygowana EBITDA (wg. MSSF 16)	307 818	216 922	67 246	48 483
EBITDA (wg. MSSF 16)	310 103	202 550	67 745	45 271
Amortyzacja środków trwałych i wartości niematerialnych	(82 516)	(80 839)	(18 026)	(18 068)
Zysk na działalności operacyjnej	227 587	121 711	49 719	27 203
Wynik na działalności finansowej	4 173	(30 312)	912	(6 775)
Zysk przed opodatkowaniem	231 760	91 399	50 630	20 428
Zysk netto	187 797	81 699	41 026	18 260

Skonsolidowane sprawozdanie z sytuacji finansowej

	Na dzień		Na dzień	
	31 grudnia 2021	31 grudnia 2020	31 grudnia 2021	31 grudnia 2020
	(w tys. złotych)		(w tys. EUR)	
Aktywa razem	1 262 947	1 243 833	274 590	269 531
Aktywa trwałe	907 472	887 333	197 302	192 280
Aktywa obrotowe	355 475	356 500	77 287	77 251
Zobowiązania długoterminowe	301 780	435 538	65 613	94 379
Zobowiązania krótkoterminowe	217 855	210 601	47 366	45 636
Kapitał własny	743 312	597 694	161 611	129 517
Kapitał zakładowy	1 462	1 457	318	316
Udziały niedające kontroli	14 568	11 036	3 167	2 391

Skonsolidowane sprawozdanie z przepływów pieniężnych

	Dwanaście miesięcy zakończonych		Dwanaście miesięcy zakończonych	
	31 grudnia 2021	31 grudnia 2020	31 grudnia 2021	31 grudnia 2020
	(w tys. złotych)		(w tys. EUR)	
Przepływy netto z działalności operacyjnej	244 690	211 024	53 455	47 165
Przepływy netto z działalności inwestycyjnej	(114 289)	(65 824)	(24 968)	(14 712)
Przepływy netto z działalności finansowej	(184 285)	(31 630)	(40 259)	(7 069)
Przepływy pieniężne netto razem	(53 884)	113 570	(11 771)	25 383

Jednostkowe sprawozdanie z wyniku finansowego i pozostałych całkowitych dochodów

	Dwanaście miesięcy zakończonych		Dwanaście miesięcy zakończonych	
	31 grudnia 2021	31 grudnia 2020	31 grudnia 2021	31 grudnia 2020
	(w tys. złotych)		(w tys. EUR)	
Przychody ze sprzedaży	-	-	-	-
Strata na działalności operacyjnej	38 224	(36 725)	8 350	(8 208)
Zysk przed opodatkowaniem	42 662	(40 957)	9 320	(9 154)
Zysk netto	42 662	(40 968)	9 320	(9 156)

Jednostkowe sprawozdanie z sytuacji finansowej

	Na dzień		Na dzień	
	31 grudnia 2021	31 grudnia 2020	31 grudnia 2021	31 grudnia 2020
	w tys. złotych		w tys. EUR	
Aktywa razem	420 493	464 989	91 423	100 760
Aktywa trwałe	412 759	461 457	89 742	99 995
Aktywa obrotowe	7 734	3 532	1 682	765
Zobowiązania długoterminowe	26 192	63 087	5 695	13 671
Zobowiązania krótkoterminowe	9 807	17 945	2 132	3 889
Kapitał własny	384 494	383 957	83 597	83 201
Kapitał podstawowy	1 462	1 457	318	316

Jednostkowe sprawozdanie z przepływów pieniężnych

	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2021	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2020	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2021	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2020
	(w tys. złotych)		(w tys. EUR)	
Przepływy netto z działalności operacyjnej	83 997	(1 231)	18 350	(275)
Przepływy netto z działalności inwestycyjnej	(2 400)	4 047	(524)	905
Przepływy netto z działalności finansowej	(81 079)	(750)	(17 713)	(168)
Przepływy pieniężne netto razem	518	2 066	113	462

Przeliczenie na euro zostało dokonane zgodnie z poniższymi zasadami:

- kwoty przedstawione w złotych na dzień 31 grudnia 2021 roku zostały przeliczone na euro według kursu odpowiednio 4,5994 (obowiązujący kurs wymiany NBP na dzień 31 grudnia 2021 roku),
- kwoty przedstawione w złotych na dzień 31 grudnia 2020 roku zostały przeliczone na euro według kursu odpowiednio 4,6148 (obowiązujący kurs wymiany NBP na dzień 31 grudnia 2020 roku),
- kwoty przedstawione w złotych za okres roku obrotowego zakończonego 31 grudnia 2021 roku zostały przeliczone według kursu odpowiednio 4,5775 (średnia arytmetyczna obowiązujących kursów wymiany NBP na ostatni dzień każdego miesiąca 2021 roku),
- kwoty przedstawione w złotych za okres roku obrotowego zakończonego 31 grudnia 2020 roku zostały przeliczone według kursu odpowiednio 4,4742 (średnia arytmetyczna obowiązujących kursów wymiany NBP na ostatni dzień każdego miesiąca 2020 roku).

Sprawozdanie finansowe za rok 2021 zostało sporządzone zgodnie z MSSF 16. W celach informacyjnych w tabeli poniżej zaprezentowano teoretyczny wynik Grupy, gdyby stosowała ona obowiązujący do końca 2018 roku MSR 17.

(w tys. złotych)	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2021 (zgodnie z MSSF 16)	Korekta MSSF 16	Dwanaście miesięcy zakończonych 31 grudnia 2021 (zgodnie z MSR 17)
Przychody ze sprzedaży	872 239		872 239
Wartość sprzedanych towarów	(84 238)	-	(84 238)
Amortyzacja	(87 108)	12 251	(74 857)
Zużycie materiałów i energii	(5 701)	-	(5 701)
Koszty programu opcji pracowniczych	(2 236)	-	(2 236)
Pozostałe usługi obce	(226 023)	(13 747)	(239 770)
Koszty wynagrodzeń i świadczeń	(247 747)	-	(247 747)
Pozostałe koszty operacyjne	(14 510)	-	(14 510)
Pozostałe przychody/zyski operacyjne	22 911	764	23 675
Zysk na działalności operacyjnej	227 587	(732)	226 855
Przychody finansowe	12 549	(1 366)	11 183
Koszty finansowe	(11 914)	1 159	(10 755)
Aktualizacja wyceny zobowiązania do wykupu udziałów niedających kontroli oraz innych zobowiązań wynikających z połączenia przedsięwzięć	3 538	-	3 538
Udział w zyskach inwestycji wycenianych metodą praw własności	-	-	-
Zysk przed opodatkowaniem	231 760	(939)	230 821
Podatek dochodowy	(43 963)	178	(43 785)
Zysk netto	187 797	(761)	187 036

A photograph of a modern office building courtyard with a red overlay. The building has multiple floors with large windows, some of which are lit up. The courtyard is filled with tall, dry grasses. A large red triangle is overlaid on the bottom left and bottom center of the image, containing the text.

Oświadczenie na temat ładu korporacyjnego

OŚWIADCZENIE O STOSOWANIU ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO PRZEZ WIRTUALNA POLSKA HOLDING S.A. ZA ROK OBROTOWY ZAKOŃCZONY 31 GRUDNIA 2021 ROKU

Niniejsze Oświadczenie o stosowaniu ładu korporacyjnego w Wirtualna Polska Holding S.A. („Spółka”) w 2021 roku zostało sporządzone na podstawie § 70 ust. 5 pkt 6 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 29 marca 2018 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim (tj. Dz. U. 2018, poz. 757) oraz uchwały Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. nr 1309/2015 z dnia 17 grudnia 2015 roku oraz uchwały Nr 13/1834/2021 z dnia 29 marca 2021 r.

1. ZASADY ŁADU KORPORACYJNEGO, KTÓRYM PODLEGA SPÓŁKA

W 2021 roku Spółka podlegała zbiorowi zasad ładu korporacyjnego zebranemu w dokumencie Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016, będącym załącznikiem do Uchwały Nr 26/1413/2015 Rady Nadzorczej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 13 października 2015 roku – w okresie od dnia 1 stycznia 2021 r. do dnia 30 czerwca 2021 r. oraz zbiorowi zasad ładu korporacyjnego zebranemu w dokumencie Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2021, będącym załącznikiem do Uchwały Nr 13/1834/2021 Rady Nadzorczej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 29 marca 2021 roku w okresie od dnia 1 lipca 2021 r. do dnia 31 stycznia 2021 r. oraz do dnia publikacji niniejszego raportu. Dokument ten przygotowany został przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie i udostępniony w siedzibie Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie oraz na specjalnej stronie internetowej poświęconej zagadnieniom ładu korporacyjnego pod adresem: <https://www.gpw.pl/dobre-praktyki>. Pierwszy raport w sprawie stanu stosowania Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2021 został przekazany przez Spółkę zgodnie z wytycznymi do końca lipca 2021 r.

1. Informacja o stosowaniu zasad ładu korporacyjnego

Spółka dąży do zapewnienia jak największej transparentności swoich działań, należytej jakości komunikacji z inwestorami oraz ochrony praw akcjonariuszy, także w kwestiach nieregulowanych przez prawo. W związku z tym Spółka podejmuje niezbędne działania w celu najpełniejszego przestrzegania zasad zawartych w „Dobrych Praktykach Spółek Notowanych na GPW 2021”. Na dzień publikacji niniejszego raportu Spółka stosuje zasady Dobrych Praktyk, dla których stosuje się regułę „comply or explain” z wyłączeniem poniższych zasad:

- ❑ **1.4. W celu zapewnienia należytej komunikacji z interesariuszami, w zakresie przyjętej strategii biznesowej spółka zamieszcza na swojej stronie internetowej informacje na temat założeń posiadanej strategii, mierzalnych celów, w tym zwłaszcza celów długoterminowych, planowanych działań oraz postępów w jej realizacji, określonych za pomocą mierników, finansowych i niefinansowych.**
 - Spółka nie publikuje na stronie internetowej swojej strategii biznesowej.
- ❑ **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%.**
 - Spółka jest w trakcie przygotowywania sformalizowanej polityki różnorodności w ramach szerszej strategii ESG. Obecnie zarówno w Zarządzie jak i Radzie Nadzorczej Spółki udział płci mniej reprezentowanej wynosi 25% a w Zespole Zarządzającym Spółki 37,5%.

- 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.**

– Spółka jest w trakcie przygotowywania sformalizowanej polityki różnorodności w ramach szerszej strategii ESG. Obecnie zarówno w Zarządzie jak i Radzie Nadzorczej Spółki udział płci mniej reprezentowanej wynosi 25% a w Zespole Zarządzającym Spółki 37,5%.
- 2.7. Pełnienie przez członków zarządu spółki funkcji w organach podmiotów spoza grupy spółki wymaga zgody rady nadzorczej.**

– Zasiadanie Członków Zarządu Spółki w zarządach lub Radach Nadzorczych spółek spoza grupy kapitałowej Spółki nie wymaga zgody rady nadzorczej Spółki. Osoby te mają zawarte ze Spółką umowy zawierające klauzule o zakazie konkurencji i zobowiązania do poświęcania odpowiedniej ilości czasu na wypełnianie obowiązków związanych z pełnionymi funkcjami.
- 2.11.6. Poza czynnościami wynikającymi z przepisów prawa raz w roku rada nadzorcza sporządza i przedstawia zwyczajnemu walnemu zgromadzeniu do zatwierdzenia roczne sprawozdanie. Sprawozdanie, o którym mowa powyżej, zawiera o najmniej: informację na temat stopnia realizacji polityki różnorodności w odniesieniu do zarządu i rady nadzorczej, w tym realizacji celów, o których mowa w zasadzie 2.1.**

– Spółka jest w trakcie przygotowywania sformalizowanej polityki różnorodności w ramach szerszej strategii ESG.
- 3.2. Spółka wyodrębnia w swojej strukturze jednostki odpowiedzialne za zadania poszczególnych systemów lub funkcji, chyba że nie jest to uzasadnione z uwagi na rozmiar spółki lub rodzaj jej działalności.**

– W Spółce wyodrębniona została funkcja audytu wewnętrznego. Pozostałe zadania w ramach systemów kontroli wewnętrznej, zarządzania ryzykiem oraz nadzoru zgodności działalności z prawem (compliance) są podzielone pomiędzy poszczególne jednostki organizacyjne w Spółce.
- 4.3. Spółka zapewnia powszechnie dostępną transmisję obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym.**

– Spółka nie zapewnia powszechnie dostępnej transmisji obrad Walnego Zgromadzenia. Walne Zgromadzenia Spółki są organizowane w transparentny i wydajny sposób pozwalający akcjonariuszom na uczestnictwo i wykonywanie wszelkich praw związanych z posiadanymi akcjami Spółki. Ogłoszenie o Walnym Zgromadzeniu wraz z projektami uchwał i wszelką dokumentacją a także przyjęte uchwały publikowane są na stronie internetowej Spółki. Nie zostały Spółce zgłoszone takie oczekiwania czy zapotrzebowanie ze strony akcjonariuszy.
- 4.8. Projekty uchwał walnego zgromadzenia do spraw wprowadzonych do porządku obrad walnego zgromadzenia powinny zostać zgłoszone przez akcjonariuszy najpóźniej na 3 dni przed walnym zgromadzeniem.**

– Spółka dokłada wszelkich starań aby akcjonariusze mieli możliwość zapoznania się z materiałami i projektami uchwał do porządku obrad w terminach umożliwiających należyte rozeznanie jednak ze względu na regulacje kodeksu spółek handlowych umożliwiające akcjonariuszom zgłaszanie projektów uchwał w trakcie obrad walnego zgromadzenia, Spółka nie jest w stanie zagwarantować stosowania niniejszej zasady.
- 4.9.1. W przypadku gdy przedmiotem obrad walnego zgromadzenia ma być powołanie do rady nadzorczej lub powołanie rady nadzorczej nowej kadencji: kandydatury na członków rady powinny zostać zgłoszone w terminie umożliwiającym podjęcie przez akcjonariuszy obecnych na walnym zgromadzeniu decyzji z należyтым rozeznaniem, lecz nie później niż na 3 dni przed walnym zgromadzeniem; kandydatury, wraz z kompletem materiałów ich dotyczących, powinny zostać niezwłocznie opublikowane na stronie internetowej spółki;**

– Spółka dokłada wszelkich starań aby akcjonariusze mieli możliwość zapoznania się z materiałami i projektami uchwał do porządku obrad w terminach umożliwiających należyte rozeznanie jednak ze względu na regulacje kodeksu spółek handlowych umożliwiające akcjonariuszom zgłaszanie projektów

uchwał w trakcie obrad walnego zgromadzenia, Spółka nie jest w stanie zagwarantować stosowania niniejszej zasady.

- ❑ **6.3. Jeżeli w spółce jednym z programów motywacyjnych jest program opcji menedżerskich, wówczas realizacja programu opcji winna być uzależniona od spełnienia przez uprawnionych, w przeciągu co najmniej 3 lat, z góry wyznaczonych, realnych i odpowiednich dla spółki celów finansowych i niefinansowych oraz zrównoważonego rozwoju, a ustalona cena nabycia przez uprawnionych akcji lub rozliczenia opcji nie może odbiegać od wartości akcji z okresu uchwalania programu.**

- w Spółce wprowadzony został program motywacyjny przed dniem debiutu giełdowego Spółki przyznający kluczowym menedżerom możliwość nabywania akcji Spółki. Jego zasady oparte są na emisji warrantów subskrypcyjnych uprawniających do objęcia akcji Spółki. Zgodnie z zasadami programu oraz zawartymi umowami opcyjnymi realizacja programu opcji nie musi być uzależniona od spełnienia przez uprawnionych, w przeciągu co najmniej 3 lat, z góry wyznaczonych, realnych i odpowiednich dla spółki celów finansowych i niefinansowych oraz zrównoważonego rozwoju. Spółka uważa, iż konstrukcja programu zapewnia wystarczające powiązanie wynagrodzenia kluczowych menedżerów z długookresowymi celami biznesowymi i finansowymi spółki ze względu na fakt, iż nabywanie uprawnień do warrantów i akcji (tzw. vesting) jest rozciągnięty w czasie (nabywanie uprawnień odbywa się kwartalnie przez ok. 5-6 lat), a warunkiem uczestnictwa w programie jest pozostawanie we współpracy ze Spółką.

- ❑ **6.4. Rada nadzorcza realizuje swoje zadania w sposób ciągły, dlatego wynagrodzenie członków rady nie może być uzależnione od liczby odbytych posiedzeń. Wynagrodzenie członków komitetów, w szczególności komitetu audytu, powinno uwzględniać dodatkowe nakłady pracy związane z pracą w tych komitetach.**

- Członkowie Rady Nadzorczej otrzymują wynagrodzenie w stałej miesięcznej wysokości, członkowie Komitetu Audytu nie otrzymują dodatkowego wynagrodzenia.

2. OPIS PODSTAWOWYCH CECH STOSOWANYCH W SPÓŁCE I GRUPIE SYSTEMÓW KONTROLI WEWNĘTRZNEJ I ZARZĄDZANIA RYZYKIEM W ODNIESIENIU DO PROCESU SPORZĄDZANIA JEDNOSTKOWEGO I SKONSOLIDOWANEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO

Zarząd Spółki jest odpowiedzialny za system kontroli wewnętrznej w Spółce i jego skuteczność w procesie sporządzania sprawozdań finansowych i raportów okresowych przygotowanych i publikowanych zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Finansów z dnia 29 marca 2018 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych.

System kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych realizowany jest poprzez:

- ❑ procedury określające zasady oraz odpowiedzialność za proces sporządzania sprawozdań finansowych,
- ❑ weryfikację danych sprawozdawczych poszczególnych Spółek z Grupy Kapitałowej pod kątem spójności zastosowanych zasad rachunkowości i MSSF,
- ❑ przegląd półroczny oraz badanie roczne sprawozdań finansowych przez niezależnego biegłego rewidenta,
- ❑ proces autoryzacji oraz zatwierdzania sprawozdań finansowych przed ich publikacją.

Organem sprawującym nadzór nad procesem raportowania finansowego w Grupie jest Komitet Audytu, w którego skład wchodzi trzech członków, w tym co najmniej dwóch członków (w tym Przewodniczący Komitetu) spełnia warunki niezależności, co najmniej jeden członek posiada wiedzę i umiejętności w zakresie rachunkowości lub badania sprawozdań finansowych i co najmniej jeden członek posiada wiedzę i umiejętności z zakresu branży, w której działa Spółka, a co za tym idzie skład Komitetu Audytu spełnia wymagania ustawy o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym („Ustawa o Biegłych Rewidentach”).

Zadania komitetu audytu są określone w przepisach prawa, a także regulacjach wewnętrznych Spółki i należą do nich w szczególności:

- monitorowanie:
 - procesu sprawozdawczości finansowej,
 - skuteczności systemów kontroli wewnętrznej i systemów zarządzania ryzykiem oraz audytu wewnętrznego, w tym w zakresie sprawozdawczości finansowej,
 - wykonywania czynności rewizji finansowej, w szczególności przeprowadzania przez firmę audytorską badania, z uwzględnieniem wszelkich wniosków i ustaleń Komisji Nadzoru Audytowego wynikających z kontroli przeprowadzonej w firmie audytorskiej;
- kontrolowanie i monitorowanie niezależności biegłego rewidenta i firmy audytorskiej, w szczególności w przypadku, gdy na rzecz jednostki zainteresowania publicznego świadczono są przez firmę audytorską inne usługi niż badanie;
- informowanie rady nadzorczej lub innego organu nadzorczego lub kontrolnego jednostki zainteresowania publicznego o wynikach badania oraz wyjaśnianie, w jaki sposób badanie to przyczyniło się do rzetelności sprawozdawczości finansowej w jednostce zainteresowania publicznego, a także jaka była rola komitetu audytu w procesie badania;
- dokonywanie oceny niezależności biegłego rewidenta oraz wyrażanie zgody na świadczenie przez niego dozwolonych usług niebędących badaniem w jednostce zainteresowania publicznego;
- opracowywanie polityki wyboru firmy audytorskiej do przeprowadzania badania;
- opracowywanie polityki świadczenia przez firmę audytorską przeprowadzającą badanie, przez podmioty powiązane z tą firmą audytorską oraz przez członka sieci firmy audytorskiej dozwolonych usług niebędących badaniem;
- określanie procedury wyboru firmy audytorskiej przez jednostkę zainteresowania publicznego;
- przedstawianie radzie nadzorczej lub innemu organowi nadzorczemu lub kontrolnemu rekomendacji dotyczącej wyboru biegłego rewidenta lub firmy audytorskiej, zgodnie z politykami: wyboru firmy audytorskiej do przeprowadzania badania oraz świadczenia przez firmę audytorską przeprowadzającą badanie przez podmioty powiązane z tą firmą audytorską oraz przez członka sieci firmy audytorskiej dozwolonych usług niebędących badaniem;
- przedkładanie zaleceń mających na celu zapewnienie rzetelności procesu sprawozdawczości finansowej w jednostce zainteresowania publicznego.

Nadzór merytoryczny nad procesem przygotowania sprawozdań finansowych i raportów okresowych w poszczególnych spółkach Grupy sprawuje Dyrektor Finansowy lub Zarządy poszczególnych Spółek Grupy. Za organizację prac związanych z przygotowaniem sprawozdań finansowych odpowiedzialny jest dział Sprawozdawczości Finansowej i Zarządzania Przepływami Pieniężnymi oraz działy finansowo – księgowo spółek Grupy. Spółki z Grupy są zobowiązane do stosowania jednolitych zasad rachunkowości przy sporządzaniu pakietów sprawozdawczych, które są podstawą sporządzenia skonsolidowanego sprawozdania finansowego Grupy Kapitałowej Wirtualna Polska Holding. Jednostkowe pakiety sprawozdawcze są weryfikowane przez Dział Sprawozdawczości Finansowej i Zarządzania Przepływami Pieniężnymi Grupy oraz przez niezależnego biegłego rewidenta w trakcie przeprowadzenia badania lub przeglądu skonsolidowanych sprawozdań finansowych Grupy Kapitałowej.

W spółkach Grupy Kapitałowej funkcjonują rozwiązania informatyczne i organizacyjne zabezpieczające kontrolę dostępu do systemu finansowo-księgowego oraz zapewniające należytą ochronę i archiwizację ksiąg rachunkowych. Dostęp do systemów informatycznych ograniczony jest odpowiednimi uprawnieniami dla upoważnionych pracowników. Od roku 2015 trwa proces wdrożenia jednego zintegrowanego systemu finansowo-księgowego dla wszystkich spółek z Grupy. Proces ten ma na celu ujednoczenie ewidencji zdarzeń gospodarczych z uwzględnieniem specyfiki działalności poszczególnych podmiotów w Grupie.

Sprawozdania finansowe oraz raporty okresowe przed publikacją podlegają weryfikacji przez Zarząd oraz Komitet Audytu Rady Nadzorczej. Zgodnie z obowiązującymi przepisami sprawozdania finansowe podlegają także przeglądowi lub badaniu przez niezależnego biegłego rewidenta. Wyniki przeglądów i badań są przedstawiane przez audytora Zarządowi oraz Komitetowi Audytowemu Rady Nadzorczej. Wyboru biegłego rewidenta dokonuje Rada Nadzorcza Spółki spośród renomowanych firm audytorskich, gwarantujących odpowiednie standardy świadczonych usług oraz niezależność.

Podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych Spółki

Podmiotem uprawnionym do przeprowadzenia badania jednostkowego i skonsolidowanego sprawozdania finansowego Spółki za rok obrotowy zakończony 31 grudnia 2020 roku jest PricewaterhouseCoopers Polska spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Audyt sp.k. (dawniej PricewaterhouseCoopers sp. z o.o.) z siedzibą w Warszawie (00-633 Warszawa, ul. Polna 11) („PWC”).

W dniu 18 grudnia 2020 Rada Nadzorcza Spółki, działając zgodnie z obowiązującymi przepisami i normami zawodowymi oraz po zapoznaniu się z rekomendacją Komitetu Audytu Rady Nadzorczej Spółki, dokonała wyboru PWC na biegłego rewidenta uprawnionego do przeprowadzania badania i przeglądu jednostkowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych Spółki za lata 2021 – 2023.

Ponadto, w dniu 4 marca 2021 Komitet Audytu Rady Nadzorczej Spółki wyraził zgodę na wybór PWC jako podmiotu dokonującego oceny sprawozdania o wynagrodzeniach Spółki za lata 2019-2020 oraz 2021, 2022, 2023.

PWC jest wpisana na listę podmiotów uprawnionych do badania sprawozdań finansowych, prowadzoną przez Krajową Radę Biegłych Rewidentów, pod numerem ewidencyjnym 144.

3. KAPITAŁ ZAKŁADOWY I AKCJONARIAT

STRUKTURA KAPITAŁU ZAKŁADOWEGO

Na dzień 31 grudnia 2021 roku kapitał zakładowy Spółki dzieli się na 29.246.202 akcji o wartości nominalnej 0,05 złotych, uprawniających do 40.535.911 głosów na Walnym Zgromadzeniu w tym:

- 11.289.709 akcji imiennych, uprzywilejowanych serii A; uprzywilejowanie 11.289.709 akcji serii A dotyczy prawa głosu na walnym zgromadzeniu w ten sposób, że na jedną akcję przypadają dwa głosy;
- 1.100.000 akcji zwykłych na okaziciela serii A;
- 12.221.811 akcji zwykłych na okaziciela serii B;
- 301.518 akcji zwykłych na okaziciela serii C;
- 761.841 akcji zwykłych na okaziciela serii D;
- 3.339.744 akcji zwykłych na okaziciela serii E;
- 231.579 akcji zwykłych na okaziciela serii F.

Część akcji serii A jest akcjami imiennymi a część akcji serii A oraz akcje serii B, C, D, E i F są akcjami na okaziciela.

W obrocie na rynku regulowanym znajdują się akcje serii A, B, C, D, E i F.

W dniu 10 marca 2021 r. nastąpiło podwyższenie kapitału zakładowego Spółki z kwoty 1.456.524,90 złotych do kwoty 1.459.447,95 , tj. o 2.923,05 złotych. Podwyższenie miało miejsce w związku z dopuszczeniem do obrotu i zapisaniem na rachunkach (wydaniem) 58.461 akcji o wartości nominalnej 0,05 złotych w ramach programu opcji menedżerskich.

W dniu 16 czerwca 2021 r. nastąpiło kolejne podwyższenie kapitału zakładowego Spółki z kwoty 1.459.447,95 złotych do kwoty 1.461.272,85 złotych, tj. o 1.824,90 złotych. Podwyższenie miało miejsce w związku z dopuszczeniem do obrotu i zapisaniem na rachunkach (wydaniem) 30.242 akcji o wartości nominalnej 0,05 złotych w ramach programu opcji menedżerskich.

W dniu 21 lipca 2021 r. nastąpiło kolejne podwyższenie kapitału zakładowego Spółki z kwoty 1.461.272,85 złotych do kwoty 1.461.895,65 złotych, tj. o 622,80 złotych. Podwyższenie miało miejsce w związku z dopuszczeniem do obrotu i zapisaniem na rachunkach (wydaniem) 12.456 akcji o wartości nominalnej 0,05 złotych w ramach programu opcji menedżerskich.

W dniu 28 października 2021 r. nastąpiło kolejne podwyższenie kapitału zakładowego Spółki z kwoty 1.461.895,65 złotych do kwoty 1.462.310,10 złotych, tj. o 414,45 złotych. Podwyższenie miało miejsce w związku z

dopuszczeniem do obrotu i zapisaniem na rachunkach (wydaniem) 8.289 akcji o wartości nominalnej 0,05 złotych w ramach programu opcji menedżerskich.

Grupa prowadzi programy motywacyjne przyznające kluczowym osobom współpracującym z Grupą możliwość obejmowania akcji Spółki:

I Pierwszy Program Motywacyjny

Całkowita liczba akcji przeznaczona na realizację programu wynosi 1.230.576 i nie przekroczy 5% kapitału podstawowego Spółki. Prawa do akcji są przez beneficjentów nabywane stopniowo w czasie (tzw. vesting), kwartalnie przez ustalony okres, co do zasady nie dłuższy niż 6 lat. Program zawiera warunek pracy (współpracy) jako warunek nabycia praw do akcji. Program został zaklasyfikowany jako program płatności oparty na akcjach rozliczany w instrumentach kapitałowych Spółki.

Na poczet programu motywacyjnego zostało dokonane podwyższenie kapitału zakładowego Spółki poprzez emisję 301.518 akcji zwykłych serii C, które zostały objęte przez wybranych uczestników programu, a także warunkowe podwyższenie kapitału zakładowego Spółki w drodze emisji nie więcej niż 929.058 akcji zwykłych serii D oraz warrantów subskrypcyjnych serii B.

II Drugi Program Motywacyjny

Grupa utworzyła także II program motywacyjny, na poczet którego dokonane zostało warunkowe podwyższenie kapitału w drodze emisji nie więcej niż 593.511 akcji zwykłych serii F oraz warrantów subskrypcyjnych serii C. W dniu 15 lutego 2016 roku Rada Nadzorcza jednostki dominującej podjęła uchwałę w sprawie przyjęcia regulaminu nowego programu motywacyjnego przyznającego kluczowym osobom współpracującym z Grupą opcji na akcje zwykłe serii F Spółki. Całkowita liczba akcji przeznaczona na realizację programu wynosi 593.511 i nie przekroczy 5% kapitału podstawowego Spółki.

Akcjonariusze posiadający co najmniej 5 procent w ogólnej liczbie głosów

Zgodnie z otrzymanymi przez Spółkę Wirtualna Polska Holding S.A. zawiadomieniami i według najlepszej wiedzy Spółki, struktura akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki na dzień 31 grudnia 2021 roku przedstawia się następująco:

Akcjonariusz	Liczba akcji	% kapitału podstawowego	Liczba głosów	% głosów
Jacek Świdorski poprzez podmioty zależne:	3 785 667	12,94%	7 548 904	18,62%
w tym Orfe S.A.	3 771 740	12,90%	7 534 977	18,59%
Michał Brański poprzez podmioty zależne:	3 781 416	12,93%	7 544 652	18,61%
w tym 10X S.A.	3 767 488	12,88%	7 530 724	18,58%
Krzysztof Sierota poprzez podmioty zależne:	3 777 164	12,92%	7 540 400	18,60%
w tym Albemuth Inwestycje S.A.	3 763 236	12,87%	7 526 472	18,57%
łącznie Założyciele	11 344 247	38,79%	22 633 956	55,84%
Aviva OFE	2 799 000	9,57%	2 799 000	6,90%
Pozostałe akcje w obrocie	15 102 955	51,64%	15 102 955	37,26%
Razem	29 246 202	100,00%	40 535 911	100,00%

Na dzień publikacji niniejszego raportu struktura akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki przedstawia się następująco:

Akcjonariusz	Liczba akcji	% kapitału podstawowego	Liczba głosów	% głosów
Jacek Świdorski poprzez podmioty zależne, w tym m.in.: Orfe S.A.	3 785 667 3 771 740	12,94% 12,89%	7 548 904 7 534 977	18,62% 18,58%
Michał Brański poprzez podmioty zależne, w tym m.in.: 10X S.A.	3 781 416 3 767 488	12,92% 12,88%	7 544 652 7 530 724	18,61% 18,57%
Krzysztof Sierota poprzez podmioty zależne, w tym m.in.: Albemuth Inwestycje S.A.	3 777 164 3 763 236	12,91% 12,86%	7 540 400 7 526 472	18,60% 18,56%
Łącznie Założyciele *	11 344 247	38,77%	22 633 956	55,82%
AVIVA OFE	2 799 000	9,57%	2 799 000	6,90%
Pozostali	15 113 829	51,66%	15 113 829	37,28%
Razem	29 257 076	100,00%	40 546 785	100,00%

Szczególne uprawnienia związane z akcjami

Akcjonariusze nie posiadają na Walnym Zgromadzeniu Spółki innych praw głosu niż wynikające z posiadanych akcji. Żaden z akcjonariuszy Spółki nie posiada uprawnień osobistych związanych z posiadanymi akcjami.

Akcje serii A w liczbie 11.289.709 (słownie: jedenaście milionów dwieście osiemdziesiąt dziewięć tysięcy siedemset dziewięć) są akcjami uprzywilejowanymi w ten sposób, że na jedną akcję serii A przypadają dwa głosy. Pozostałe akcje są akcjami zwykłymi.

Posiadaczami akcji uprzywilejowanych są:

- Jacek Świdorski (przez Orfe S.A.) jest pośrednio uprawniony do prawa głosu z 3.763.237 akcji imiennych serii A Spółki uprzywilejowanych co do głosu w ten sposób, że na jedną akcję przypadają dwa głosy na walnym zgromadzeniu
- Krzysztof Sierota (przez Albemuth Inwestycje S.A.) jest pośrednio uprawniony do prawa głosu z 3.763.236 akcji imiennych serii A Spółki uprzywilejowanych co do głosu w ten sposób, że na jedną akcję przypadają dwa głosy na walnym zgromadzeniu
- Michał Brański (przez 10X S.A.) jest pośrednio uprawniony do prawa głosu z 3.763.236 akcji imiennych serii A Spółki uprzywilejowanych co do głosu w ten sposób, że na jedną akcję przypadają dwa głosy na walnym zgromadzeniu

Zamiana akcji na okaziciela na akcje imienne jest niedopuszczalna.

Zamiana akcji imiennych na akcje na okaziciela może być dokonana na żądanie akcjonariusza. Zarząd, po otrzymaniu żądania, niezwłocznie dokona zamiany akcji zgodnie z żądaniem.

Każdy z akcjonariuszy, którego akcje nie są dopuszczone do obrotu na takim rynku, ma prawo żądać dopuszczenia takich akcji do obrotu na takim rynku. Dopuszczenie takich akcji do obrotu na rynku regulowanym lub alternatywnym systemie obrotu nastąpi niezwłocznie, nie później jednak niż w ciągu 6 miesięcy od dnia otrzymania żądania uprawnionego akcjonariusza.

Ograniczenia dotyczące akcji

Statut Spółki przewiduje, iż przyznanie prawa głosu zastawnikowi lub użytkownikowi akcji wymaga uzyskania zgody Walnego Zgromadzenia.

Wszystkie akcje imienne należące do Orfe S.A., Albemuth Inwestycje S.A. oraz 10X S.A. zostały objęte umową o ustanowienie zastawu rejestrowego i zastawów finansowych na akcjach z dnia 12 grudnia 2017 roku pomiędzy ww. spółkami jako Zastawcami a mBank S.A. z siedzibą w Warszawie jako Zastawnikiem i Administratorem

Zastawu oraz Powszechna Kasa Oszczędności Bank Polski S.A. z siedzibą w Warszawie jako Zastawnikiem (Umowy Zastawu).

Po wystąpieniu Przypadku Naruszenia zdefiniowanego w Umowach Zastawu, oraz doręczeniu Zawiadomienia o Wykonywaniu Prawa Głosu (jak zdefiniowano w Umowie Zastawu), mBank S.A. jest upoważniony do wykonywania prawa głosu z zastawionych akcji na zasadach wskazanych w Umowach Zastawu.

4. SPOSÓB DZIAŁANIA WALNEGO ZGROMADZENIA SPÓŁKI I JEGO ZASADNICZYCH UPRAWNIENÍ ORAZ PRAWA AKCJONARIUSZY I SPOSÓB ICH WYKONYWANIA

Walne Zgromadzenie Spółki działa na podstawie przepisów Kodeksu spółek handlowych, Statutu Spółki oraz Regulaminu Walnego Zgromadzenia uchwalonego uchwałą nr 32 Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 15 czerwca 2021 roku.

Walne Zgromadzenia mogą odbywać się w siedzibie Spółki w Warszawie.

Do kompetencji Walnego Zgromadzenia, oprócz innych spraw zastrzeżonych przepisami Kodeksu spółek handlowych, należy:

- powoływanie i odwoływanie Prezesa Zarządu,
- powoływanie i odwoływanie członków Rady Nadzorczej,
- ustalanie liczby członków Rady Nadzorczej,
- zatwierdzanie regulaminu Rady Nadzorczej,
- uchwalanie wynagrodzenia członków Rady Nadzorczej,
- wyrażenie zgody na zawarcie przez Spółkę umowy kredytu, pożyczki i poręczenia lub innej podobnej umowy z członkiem Zarządu, Rady Nadzorczej, prokurentem, likwidatorem albo na rzecz którejkolwiek z tych osób,

Nabycie i zbycie nieruchomości, użytkowania wieczystego lub udziału w nieruchomości nie wymagają uchwały Walnego Zgromadzenia.

Prawo uczestniczenia w Walnym Zgromadzeniu mają tylko osoby, będące akcjonariuszami Spółki na szesnaście dni przed datą Walnego Zgromadzenia, tj. w Dniu Rejestracji.

Na żądanie uprawnionego z akcji spółki publicznej oraz zastawnika lub użytkownika, którym przysługuje prawo głosu, zgłoszone nie wcześniej niż po ogłoszeniu o zwołaniu walnego zgromadzenia i nie później niż w pierwszym dniu powszednim po dniu rejestracji uczestnictwa w walnym zgromadzeniu, podmiot prowadzący rachunek papierów wartościowych wystawia imienne zaświadczenie o prawie uczestnictwa w walnym zgromadzeniu.

Od dnia 1 marca 2021 r. zastawnicy i użytkownicy, którym przysługuje prawo głosu, mają prawo uczestniczenia w walnym zgromadzeniu spółki publicznej, jeżeli ustanowienie na ich rzecz ograniczonego prawa rzeczowego jest zarejestrowane na rachunku papierów wartościowych w dniu rejestracji uczestnictwa w walnym zgromadzeniu.

Akcjonariusz Spółki uczestniczy w Walnym Zgromadzeniu oraz wykonuje prawa głosu osobiście lub przez pełnomocnika.

Pełnomocnictwo do uczestniczenia w Walnym Zgromadzeniu i wykonywania prawa głosu powinno być udzielone na piśmie lub w postaci elektronicznej. Udzielenie pełnomocnictwa w postaci elektronicznej należy zgłosić Zarządowi przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej. Zawiadomienie powyższe można przesłać pocztą elektroniczną na adres e-mail Spółki: WalneZgromadzenia@grupawp.pl najpóźniej do godziny 23:59 dnia poprzedzającego dzień Walnego Zgromadzenia (uchybiecie terminowi zawiadomienia Spółki o udzieleniu pełnomocnictwa w formie elektronicznej nie stoi na przeszkodzie uczestnictwu pełnomocnika w Walnym Zgromadzeniu na podstawie pełnomocnictwa udzielonego w formie pisemnej).

Członkowie Rady Nadzorczej oraz Zarządu uczestniczą w obradach Walnego Zgromadzenia w składzie umożliwiającym udzielenie merytorycznej odpowiedzi na pytania zadawane w trakcie Walnego Zgromadzenia.

W obradach Walnego Zgromadzenia mogą uczestniczyć również z prawem do zabierania głosu: zaproszeni przez podmiot zwołujący Walne Zgromadzenie eksperci, jak również kandydaci na członków Zarządu, kandydaci na członków Rady Nadzorczej oraz notariusz sporządzający protokół z Walnego Zgromadzenia.

Przewodniczącego Walnego Zgromadzenia wybiera się spośród osób uprawnionych do uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu, których kandydatury zostały zgłoszone przez osoby uprawnione do uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu i którzy wyrażą zgodę na kandydowanie. Wyboru Przewodniczącego Walnego Zgromadzenia dokonuje się w głosowaniu tajnym oddając kolejno głos na każdego spośród zgłoszonych kandydatów. Przewodniczącym zostaje osoba, na którą oddano największą liczbę głosów.

Przewodniczący kieruje przebiegiem Walnego Zgromadzenia zgodnie z przyjętym porządkiem obrad, przepisami prawa, Zasadami Dobrych Praktyk Spółek Notowanych na GPW, Statutem i Regulaminem.

Przewodniczący Walnego Zgromadzenia niezwłocznie po wyborze sporządza i podpisuje listę obecności zawierającą spis uczestników Walnego Zgromadzenia z wyszczególnieniem liczby akcji, przez nich przedstawionych oraz liczby głosów im przysługujących.

Po podpisaniu listy obecności Przewodniczący Walnego Zgromadzenia poddaje pod głosowanie porządek obrad.

Po wywołaniu każdej kolejnej sprawy objętej porządkiem obrad Przewodniczący omawia daną sprawę, w szczególności przedstawia projekt uchwały proponowanej do przyjęcia przez Walne Zgromadzenie, po czym otwiera dyskusję, udzielając głosu w kolejności zgłaszania się mówców. Przewodniczący może zarządzić, by dyskusja była przeprowadzona nad kilkoma punktami porządku obrad łącznie.

Przewodniczący Walnego Zgromadzenia może udzielać głosu poza kolejnością członkom Zarządu, Rady Nadzorczej i zaproszonym ekspertom.

Akcjonariusz ma prawo do czasu zamknięcia dyskusji nad punktem porządku obrad do wniesienia propozycji zmian do treści projektu uchwały proponowanego do przyjęcia przez Walne Zgromadzenie. Propozycja powinna być uzasadniona przez akcjonariusza. Propozycje można składać pisemnie na ręce Przewodniczącego albo ustnie do protokołu. W propozycji należy wskazać imię i nazwisko albo nazwę (firmę) akcjonariusza, a w przypadku akcjonariusza reprezentowanego przez przedstawiciela, również imię i nazwisko przedstawiciela.

W sprawach formalnych Przewodniczący Walnego Zgromadzenia może udzielić głosu poza kolejnością. Wniosek w sprawie formalnej może być zgłoszony przez każdego akcjonariusza Spółki.

Łącznie przerwy w obradach Walnego Zgromadzenia nie mogą trwać dłużej niż 30 (trzydzieści) dni.

Walne Zgromadzenie jest ważne bez względu na liczbę reprezentowanych na nim akcji.

Uchwały Walnego Zgromadzenia zapadają zwykłą większością głosów, chyba że przepisy prawa lub postanowienia niniejszego statutu przewidują surowsze wymogi dla powzięcia danej uchwały.

Po wyczerpaniu porządku obrad Przewodniczący Walnego Zgromadzenia ogłasza zamknięcie obrad.

Zmiana Statutu

Zmiana Statutu, zgodnie z kodeksem spółek handlowych, wymaga uchwały walnego zgromadzenia i wpisu do rejestru. Zmianę statutu Zarząd zgłasza do sądu rejestrowego. Uchwała walnego zgromadzenia o zmianie Statutu wymaga większości trzech czwartych głosów. Walne zgromadzenie może upoważnić radę nadzorczą do ustalenia jednolitego tekstu zmienionego statutu lub wprowadzenia innych zmian o charakterze redakcyjnym określonych w uchwale zgromadzenia.

5. SKŁAD OSOBOWY I OPIS DZIAŁANIA ORGANÓW ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH SPÓŁKI ORAZ JEJ KOMITETÓW

Zarząd Spółki

Informacje ogólne

Organem zarządzającym Spółką jest Zarząd.

Zarząd działa na podstawie przepisów kodeksu spółek handlowych, Statutu Spółki oraz Regulaminu Zarządu a także uchwał Walnego Zgromadzenia i Rady Nadzorczej.

Zarząd kieruje działalnością Spółki, zarządza jej majątkiem oraz reprezentuje Spółkę na zewnątrz przed sądami, organami władzy i wobec osób trzecich. Zarząd podejmuje decyzje we wszystkich sprawach niezastrzeżonych przez postanowienia Statutu lub przepisy prawa do wyłącznej kompetencji Rady Nadzorczej lub Walnego Zgromadzenia. Wszyscy członkowie Zarządu są obowiązani i uprawnieni do wspólnego prowadzenia spraw Spółki.

Uchwały Zarządu zapadają zwykłą większością głosów. W wypadku równej liczby głosów „za” i „przeciw” decyduje głos Prezesa Zarządu. Uchwały Zarządu mogą być podejmowane w trybie pisemnym lub przy wykorzystaniu środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość. Członkowie Zarządu mogą brać udział w podejmowaniu uchwał Zarządu, oddając swój głos na piśmie za pośrednictwem innego członka Zarządu. Oddanie głosu na piśmie nie może dotyczyć spraw wprowadzonych do porządku obrad na posiedzeniu Zarządu.

Zgodnie ze Statutem, pracami Zarządu kieruje Prezes Zarządu oraz określa on wewnętrzny podział zadań i kompetencji między członków zarządu, w szczególności Prezes Zarządu może powierzyć kierowanie poszczególnymi departamentami poszczególnym członkom Zarządu. Ponadto Prezes Zarządu zwołuje posiedzenia Zarządu i im przewodniczy. Prezes Zarządu może upoważnić innych członków Zarządu do zwoływania i przewodniczenia posiedzeniom Zarządu. W przypadku nieobecności Prezesa Zarządu lub wakatu na stanowisku Prezesa Zarządu posiedzenia Zarządu zwołuje najstarszy wiekiem członek Zarządu. Dodatkowe, szczególne uprawnienia Prezesa Zarządu w zakresie kierowania pracami Zarządu określa Regulamin Zarządu.

Jeżeli Zarząd jest jednoosobowy, Spółkę reprezentuje jeden członek Zarządu. W przypadku, gdy Zarząd jest wieloosobowy, Spółkę reprezentuje Prezes Zarządu samodzielnie lub dwóch członków Zarządu działających łącznie lub jeden członek Zarządu działający łącznie z prokurentem.

Członkowie Zarządu

W skład Zarządu wchodzi czterech członków. Mandaty członków Zarządu wygasają nie później niż w dniu Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za ostatni pełny rok obrotowy sprawowania funkcji przez członków Zarządu.

W 15 czerwca 2021 roku w związku z upływem dotychczasowej kadencji Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki podjęło uchwałę o powołaniu Jacka Świderskiego na Prezesa Zarządu na nową kadencję. Ponadto, w dniu 23 sierpnia 2021 r. uchwałami Rady Nadzorczej Spółki, podjętymi na wniosek Prezesa Zarządu Spółki, Krzysztof Sierota, Michał Brański oraz Elżbieta Bujniewicz-Belka zostali powołani na Członków Zarządu nowej kadencji.

Skład Zarządu na dzień 31 grudnia 2021 roku oraz na dzień sporządzenia niniejszego raportu przedstawiał się następująco:

Jacek Świderski	- Prezes Zarządu
Krzysztof Sierota	- Członek Zarządu
Michał Brański	- Członek Zarządu
Elżbieta Bujniewicz - Belka	- Członek Zarządu ds. finansowych Spółki

W okresie objętym raportem nie miały miejsca zmiany w składzie Zarządu.

Jacek Świdorski - Prezes Zarządu, CEO

Od 10 lutego 2014 roku Prezes Zarządu, CEO.

Jacek Świdorski rozpoczął karierę zawodową, prowadząc jeszcze w okresie studiów, w latach 1997–1998, własną działalność gospodarczą. W 1999 roku wraz z Michałem Brańskim i Krzysztofem Sierotą stworzył portal internetowy pod nazwą go2.pl (późniejsze o2.pl), a w 2000 roku założył MediaOne sp. z o.o. (późniejsze: o2.pl sp. z o.o., a następnie Grupa o2 sp. z o.o., która w 2011 roku została przekształcona w spółkę akcyjną Grupa o2 S.A. (obecnie Wirtualna Polska Holding S.A.). Od powstania portalu do dnia dzisiejszego Jacek Świdorski rozwija działalność założonej Spółki i jej spółek zależnych na polskim rynku internetowym, pełniąc funkcję Prezesa Zarządu Spółki Wirtualna Polska Holding S.A. Ponadto Jacek Świdorski zasiada w Radach Nadzorczych spółek zależnych.

Jacek Świdorski jest absolwentem Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, którą ukończył w 2002 roku z tytułem magistra na kierunku zarządzanie.

Michał Brański - Członek Zarządu/ VP Strategy

Od 10 lutego 2014 roku Członek Zarządu/ VP Strategia.

Michał Brański stworzył w 1999 roku wraz z Jackiem Świdorskim i Krzysztofem Sierotą portal internetowy pod nazwą go2.pl (późniejsze o2.pl), a w 2000 roku założył MediaOne sp. z o.o. (późniejsze: o2.pl sp. z o.o., a następnie Grupa o2 sp. z o.o., która w 2011 roku została przekształcona w spółkę akcyjną Grupa o2 S.A. (obecnie Wirtualna Polska Holding S.A.). Od powstania portalu do dnia dzisiejszego rozwija on działalność założonej Spółki i jej spółek zależnych na polskim rynku internetowym, pełniąc funkcję Członka Zarządu Spółki i członka Rady Nadzorczej w spółkach zależnych. Michał Brański studiował w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie na kierunku zarządzanie i marketing.

Krzysztof Sierota - Członek Zarządu/ VP Engineering

Od 10 lutego 2014 roku Członek Zarządu/ VP Engineering.

Krzysztof Sierota stworzył w 1999 roku wraz z Jackiem Świdorskim i Michałem Brańskim portal internetowy pod nazwą go2.pl (późniejsze o2.pl), a w 2000 roku założył MediaOne sp. z o.o. (późniejsze: o2.pl sp. z o.o., a następnie Grupa o2 sp. z o.o., która w 2011 roku została przekształcona w spółkę akcyjną Grupa o2 S.A. (obecnie Wirtualna Polska Holding S.A.). Od powstania portalu do dnia dzisiejszego Krzysztof Sierota rozwija działalność założonej Spółki i jej spółek zależnych na polskim rynku internetowym, pełniąc funkcję Członka Zarządu Spółki i członka Rady Nadzorczej w spółkach zależnych. Krzysztof Sierota studiował w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie na kierunku metody ilościowe ekonomii i systemy informacyjne oraz finanse i bankowość.

Elżbieta Bujniewicz-Belka - Członek Zarządu/ CFO/ VP Finance

Od 11 lutego 2014 roku Członek Zarządu/ CFO/ VP Finance.

Elżbieta Bujniewicz-Belka rozpoczęła karierę zawodową w 1993 roku w Enterprise Investors – Polish-American Enterprise Fund jako analityk. Od 1995 roku pełniła funkcję accounting supervisor w Young&Rubicam, od 1996 roku kontynuowała karierę zawodową jako kontroler finansowy i dyrektor departamentu analiz i inwestycji w spółce ComputerLand S.A. (dzisiejsze Sygnity S.A.), a następnie w 1999 roku została powołana na Wiceprezesa (Dyrektora Finansowego) i Członka Zarządu tej spółki i funkcję tę pełniła do 2007 roku. W 2010 roku Elżbieta Bujniewicz-Belka została powołana na Członka Zarządu w spółce DRUMET Liny i Druty sp. z o.o. Od 2012 do 2013 roku Elżbieta Bujniewicz-Belka współpracowała z grupą kapitałową Iglotex jako Członek Zarządu w Iglotex S.A. oraz jako Członek Zarządu w Iglotex Dystrybucja sp. z o.o. Od lutego 2014 roku jest związana z Grupą WP – pełni funkcję Członka Zarządu w Spółce oraz Członka Rady Nadzorczej w spółkach zależnych. Elżbieta Bujniewicz-Belka ukończyła studia na kierunku ekonomia w Szkole Głównej Handlowej w Warszawie, uzyskując tytuł magistra w 1993 roku.

I Kompetencje Zarządu

Zarząd kieruje działalnością Spółki, zarządza jej majątkiem oraz reprezentuje Spółkę na zewnątrz przed sądami, organami władzy i wobec osób trzecich.

W szczególności do zakresu kompetencji Zarządu należy:

- I występowanie w imieniu Spółki i reprezentowanie jej wobec osób trzecich,
- I sporządzanie informacji okresowych Spółki (w tym jednostkowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych Spółki) oraz sprawozdania Zarządu z działalności Spółki w terminach umożliwiających ich publikację zgodnie z właściwymi przepisami prawa,
- I poddawanie sprawozdań finansowych badaniu lub przeglądowi przez biegłego rewidenta,
- I składanie do oceny Rady Nadzorczej dokumentów wymienionych powyżej wraz z opinią i raportem biegłego rewidenta (jeżeli są wymagane przez przepisy prawa),
- I terminowe zwoływanie Walnych Zgromadzeń, składanie wniosków na Walne Zgromadzenie oraz przygotowywanie projektów uchwał tego organu,
- I przedstawianie Walnemu Zgromadzeniu do rozpatrzenia i zatwierdzenia sprawozdania Zarządu z działalności Spółki oraz sprawozdania finansowego za ostatni rok obrotowy wraz z opinią i raportem biegłego rewidenta,
- I opracowywanie i uchwalanie regulaminów związanych z działalnością Spółki, o ile nie zostały zastrzeżone do kompetencji innego organu Spółki,
- I sporządzanie projektu budżetu i planów inwestycyjnych Spółki przedstawianych do zatwierdzenia Radzie Nadzorczej,
- I inne sprawy niezastrzeżone dla innych organów Spółki.

Jeżeli postanowienia Statutu lub przepisy prawa tego wymagają, przed dokonaniem określonej czynności Zarząd obowiązany jest uzyskać zgodę odpowiednio Rady Nadzorczej lub Walnego Zgromadzenia.

Zarząd zapewnia prowadzenie przejrzystej i efektywnej polityki informacyjnej, zarówno z wykorzystaniem tradycyjnych metod, jak i z użyciem nowoczesnych technologii, zapewniających szybkość, bezpieczeństwo oraz szeroki dostęp do informacji. Zarząd, korzystając w jak najszerszym stopniu z tych metod komunikowania, zapewnia odpowiednią komunikację z inwestorami i analitykami.

Zarząd ustala miejsce i termin Walnego Zgromadzenia tak, aby umożliwić udział w obradach jak największej liczbie akcjonariuszy.

Zarząd dokłada starań, aby odwołanie Walnego Zgromadzenia lub zmiana jego terminu nie uniemożliwiały lub nie ograniczały akcjonariuszowi Spółki wykonywania prawa do uczestnictwa w Walnym Zgromadzeniu.

I Skład i sposób wyboru Zarządu

Zarząd liczy od jednego do pięciu członków, w tym Prezesa Zarządu, oraz w wypadku Zarządu, do którego powołuje się więcej niż jedną osobę, pozostałych członków Zarządu, wybieranych na okres wspólnej kadencji. Liczbę członków Zarządu ustala Rada Nadzorcza zgodnie z wnioskiem Prezesa Zarządu.

Prezesa Zarządu powołuje i odwołuje Walne Zgromadzenie. Pozostali członkowie Zarządu są powoływani i odwoływani przez Radę Nadzorczą zgodnie z wnioskiem Prezesa Zarządu.

Członek Zarządu może być również odwołany lub zawieszony w czynnościach uchwałą Walnego Zgromadzenia.

Rada Nadzorcza

I Informacje ogólne

Rada Nadzorcza sprawuje stały nadzór nad działalnością Spółki we wszystkich dziedzinach jej działalności.

Rada Nadzorcza działa na podstawie Kodeksu spółek handlowych, postanowień Statutu Spółki oraz Regulaminu Rady Nadzorczej zatwierdzonego uchwałą Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 25 kwietnia 2018 roku.

Do ważności uchwał Rady Nadzorczej jest wymagane zaproszenie na jej posiedzenie wszystkich i obecność co najmniej połowy jej członków.

Z zastrzeżeniem odmiennych postanowień Statutu, uchwały Rady Nadzorczej zapadają zwykłą większością głosów. W wypadku równej liczby głosów „za” i „przeciw” decyduje głos Przewodniczącego Rady Nadzorczej.

Członkowie Rady Nadzorczej mogą brać udział w podejmowaniu uchwał Rady Nadzorczej, oddając swój głos na piśmie za pośrednictwem innego członka Rady Nadzorczej. Oddanie głosu na piśmie nie może dotyczyć spraw wprowadzonych do porządku obrad na posiedzeniu Rady Nadzorczej.

Uchwały Rady Nadzorczej mogą być podejmowane w trybie pisemnym lub przy wykorzystaniu środków bezpośredniego porozumiewania się na odległość.

Posiedzenia Rady Nadzorczej zwołuje Przewodniczący Rady w miarę potrzeb, lecz nie rzadziej niż raz na kwartał kalendarzowy.

Przewodniczący Rady Nadzorczej kieruje pracami Rady Nadzorczej oraz reprezentuje ją wobec Zarządu i innych osób. Wykonując swoje funkcje Przewodniczący Rady Nadzorczej nie może działać wbrew uchwałom podjętym odpowiednią dla danej sprawy większością głosów członków Rady Nadzorczej.

Rada Nadzorcza może delegować ze swego grona członków do stałego indywidualnego wykonywania czynności nadzorczych, w tym do uczestniczenia, w zależności od potrzeb, w posiedzeniach i pracach Zarządu.

■ Członkowie Rady Nadzorczej

Obecnie w skład Rady Nadzorczej wchodzi siedmiu członków.

Mandaty członków Rady Nadzorczej wygasają nie później niż w dniu Walnego Zgromadzenia zatwierdzającego sprawozdanie finansowe za ostatni pełny rok obrotowy sprawowania funkcji przez członków Rady Nadzorczej.

W 2021 r. upłynęła kadencja dotychczasowej Rady Nadzorczej Spółki, w związku z czym w dniu 15 czerwca 2021 r. Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki powołało : Pana Piotra Waltera, Panią Katarzynę Beuch, Panią Beatę Barwińską-Piotrowską, Pana Aleksandra Wilewskiego, Pana Jarosława Mikosa, Pana Grzegorza Koniecznego, Pana Mariusza Jarzębowski, Pana Witolda Woźniaka na Członków Rady Nadzorczej Spółki nowej kadencji.

W dniu 24 sierpnia 2021 r. Pan Jarosław Mikos złożył rezygnację z funkcji Członka Rady Nadzorczej.

Skład Rady Nadzorczej na dzień 31 grudnia 2021 roku oraz na dzień sporządzenia niniejszego Raportu przedstawiał się następująco:

Piotr Walter	- Przewodniczący Rady Nadzorczej
Aleksander Wilewski	- Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej
Beata Barwińska-Piotrowska	- Członek Rady Nadzorczej
Mariusz Jarzębowski	- Członek Rady Nadzorczej
Witold Woźniak	- Członek Rady Nadzorczej
Katarzyna Beuch	- Członek Rady Nadzorczej
Grzegorz Konieczny	- Członek Rady Nadzorczej

Piotr Walter - Przewodniczący Rady Nadzorczej

Piotr Walter ukończył Columbia College w Chicago oraz International Institute for Management Development (PED) w Lozannie. Studiował dziennikarstwo na Uniwersytecie Warszawskim oraz reżyserię w Państwowej Wyższej Szkole Filmowej, Telewizyjnej i Teatralnej w Łodzi. Karierę rozpoczynał jako producent reklam telewizyjnych w ITI Film Studio. W TVN S.A. pracował jako dyrektor ds. promocji antenowych i członek zarządu TVN S.A. Następnie jako dyrektor generalny i prezes zarządu TVN S.A. rozwinął ogólnopolski kanał telewizyjny oraz portfel 13 kanałów

tematycznych współtworząc najsilniejszą markę telewizyjną w Polsce. Jako wiceprezes zarządu Grupy TVN wdrożył jej strategię internetową oraz Over-The-Top (TVN Player). W latach 2013-2015 pełnił funkcję wiceprezesa Grupy ITI, Członka Rady Nadzorczej oraz Przewodniczącego Komitetu ds. Strategii i Kontentu TVN S.A. Ostatnio jako koproducent zaangażowany w produkcję filmów fabularnych, Planeta Singli, (Nie)znajomi, Boże Ciało.

Aleksander Wilewski - Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej

Aleksander Wilewski jest polsko-szwedzkim przedsiębiorcą, który wprowadził na rynek wiele pionierskich spółek w tym m.in.: Explorica, Clickad, Guldbrev, Streetcom i Total Fitness. Posiada szerokie i znaczące doświadczenie w prowadzeniu różnorodnych rodzajów działalności gospodarczej, które doprowadza do operacyjnej efektywności i sukcesu finansowego. Jest założycielem Clickad - jednej z czołowych spółek zajmujących się digital marketingiem, sprzedanej firmie private equity 3TS, gdzie pozostaje w zarządzie spółki. W trakcie pełnienia przez niego funkcji Dyrektora Marketingu i Operacji w Explorica w Stanach Zjednoczonych, a przed okresem pełnienia funkcji członka zarządu w tej spółce, jego strategiczne i operacyjne inicjatywy doprowadziły do wygenerowania zysków w wysokości 80 mln dolarów. Jako współzałożyciel założył w Szwecji firmę Guldbrev – szybko rozwijającą się spółkę z segmentu e-commerce. Studiował na sztokholmskim Uniwersytecie Ekonomicznym ze specjalizacją rachunkowość i finanse. Biegłe posługuje się językiem szwedzkim, polskim i angielskim.

Beata Barwińska-Piotrowska - Członek Rady Nadzorczej

Beata Barwińska-Piotrowska rozpoczęła karierę zawodową w 1997 roku w Kancelarii Żebrowski i Wspólnicy, gdzie pracowała do 1998 roku. W latach 1998–2001 była prawnikiem w Kancelarii Adwokackiej Wardyńscy i Wspólnicy, a w latach 2001–2004 w kancelarii Linklaters. Następnie, do 2005 roku Beata Barwińska-Piotrowska prowadziła Indywidualną Kancelarię Adwokacką Beaty Barwińskiej. W 2005 roku jako starszy prawnik podjęła współpracę z kancelarią Weil, Gotshal & Manges. Od 2010 roku była prawnikiem z tytułem „Of Counsel” w warszawskim biurze kancelarii CMS Cameron McKenna. Od listopada 2017 roku Partner w kancelarii Jedwabny Brzozowska Barwińska spółka partnerska radców prawnych. Obecnie jest Partnerem Zarządzającym w m w Brzozowska & Barwińska Spółka Partnerska Radców Prawnych i Adwokatów.

Beata Barwińska-Piotrowska uzyskała w 1997 roku tytuł magistra prawa Uniwersytetu Łódzkiego. Ponadto w tym samym roku ukończyła Szkołę Prawa Amerykańskiego zorganizowaną przez Uniwersytet Jagielloński we współpracy z Catholic University of America. W 2004 roku została wpisana na listę adwokatów w Okręgowej Radzie Adwokackiej w Łodzi.

Katarzyna Beuch – Członek Rady Nadzorczej

Katarzyna Beuch jest menedżerką z ponad 25 letnim doświadczeniem zawodowym w finansach i sprawozdawczości spółek giełdowych, audycie, kontrolingu czy zarządzaniu podatkami. Od 2013 roku jest Przewodniczącą Komitetu Audytu będąc niezależnym członkiem RN Kruk S.A. a od 2020 w RN ATM Grupa S.A. Od ponad roku jest dyrektorem finansowym w Benefit Systems S.A., gdzie odpowiada za kontroling, Centrum Usług Wspólnych oraz podatki. Karierę zawodową rozpoczęła w Banku Zachodnim a następnie przez prawie 10 lat pracowała w Ernst & Young Audit. W latach 2006 -2012 pracowała w Getin Holding S.A. dochodząc do poziomu CFO i zdobywając szerokie doświadczenie w procesach integracji i przekształceń oraz transakcjach przejęć, fuzji i podziału w okresie intensywnego rozwoju Grupy. W latach 2014-2016 była Dyrektorką Departamentu Rachunkowości Santander Consumer Banku a w latach 2016-2018 Dyrektorką Naczelną ds. Kontrolingu i Analiz Ekonomicznych w KGHM S.A. W 1993 roku uzyskała tytuł magistra Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, a w 1995 ukończyła studia podyplomowe z zarządzania ryzykiem finansowym oraz aktywami i pasywami zorganizowane przez USAID i Uniwersytet Południowej Karoliny w Warszawskim Instytucie Bankowości. Posiada kwalifikacje ACCA od 2000 roku (FCCA od 2005).

Mariusz Jarzębowski - Członek Rady Nadzorczej

Od 23 czerwca 2015 roku Członek Rady Nadzorczej.

Doradca, który pracował w przemyśle nowych technologii w Dolinie Krzemowej i Europie. Pracował w NeXT i Apple, kierowanych przez Steve'a Jobsa. Zaangażowany był w fundusz inwestycyjny (Grupa Pracuj i Benefit

Systems). Pomaga założycielom przy budowie firm oraz firmom w nowych przedsięwzięciach. Założyciel i właściciel firmy doradczej. Posiada MBA i MS ze Szkoły Biznesu Politechniki Warszawskiej (we współpracy z London Business School).

Grzegorz Konieczny – Członek Rady Nadzorczej

Grzegorz Konieczny jest menedżerem z ponad 29-letnim doświadczeniem w inwestowaniu na rynkach wschodzących. Obecnie jest szefem działu Global Emerging Markets Equities w Gulf International Bank (Wielka Brytania), gdzie odpowiada za tworzenie i realizację strategii oraz procesu inwestycyjnego wraz z budową zespołu inwestycyjnego.

Przed dołączeniem do GIB był jednym z trzech założycieli Mobius Capital Partners LLP (MCP) w Londynie.

Przed założeniem MCP, Grzegorz spędził ponad 23 lata w Franklin Templeton Investments, do którego dołączył w 1995 roku, gdzie kierował inwestycjami Templeton Emerging Markets Group na europejskich rynkach wschodzących.

W 2010 roku został głównym menedżerem funduszu Fondul Proprietatea, który stał się jednym z największych funduszy inwestycyjnych zamkniętych w Europie Wschodniej i jednym z największych londyńskich funduszy powierniczych o wartości NAV wynoszącej 2,7 miliarda dolarów. Podczas swojej siedmioletniej kadencji Grzegorz i jego zespół z powodzeniem przekształcali standardy ESG w spółkach portfelowych, co zaowocowało trwałą poprawą ich wyników finansowych i wycen.

Grzegorz został również mianowany dyrektorem ds. strategii specjalnych w Templeton Emerging Markets Group, która zarządzała 28 miliardami dolarów australijskich. Odpowiadał tam za specjalistyczne strategie krajowe i regionalne na rynkach wschodzących, a także strategie private equity GEM. Z powodzeniem kierował zespołem zajmującym się współpracą z dużymi spółkami portfelowymi z różnych sektorów i regionów w celu poprawy ich standardów ESG oraz zwrotu dla akcjonariuszy.

Przed dołączeniem do Franklin Templeton Grzegorz przez trzy lata pracował w Banku Gdańskim, który był wówczas jedną z największych instytucji finansowych w Polsce.

Posiada tytuł magistra ekonomii i handlu zagranicznego Uniwersytetu Gdańskiego oraz licencję doradcy inwestycyjnego Komisji Nadzoru Finansowego. Grzegorz mówi po polsku, angielsku i rosyjsku.

Witold Woźniak – Członek Rady Nadzorczej

Witold Woźniak w latach 2015-2018 zasiadał w zarządzie niemieckiej grupy mediowo-technologicznej Bauer Media odpowiadając globalnie za segmenty: radiowy, porównywarek finansowych i portali internetowych oraz w Europie Wschodniej za wydawnictwa prasowe i drukarnie. Wcześniej przez 16 lat był szefem polskiego oddziału Bauer Media, gdzie współtworzył Wydawnictwo Bauer i drukarnie wkłesłodrukowe, a także odpowiadał bezpośrednio za akwizycje i dalszy rozwój biznesowy m.in. Grupy Radiowej RMF, portalu horyzontalnego Interia.pl, porównywarki finansowej Rankomat i E-Broker, sieci agencyjnej SEM/SEO Sunrise System oraz wielu innych przedsięwzięć cyfrowych. W październiku 2019 roku został doradcą strategicznym Wirtualnej Polski. Współpracował z zarządami spółek Wirtualna Polska Holding w zakresie analizy rynku e-commerce i mediów, usprawniania procesów biznesowych oraz konsultacji przy tworzeniu nowych narzędzi produktowych. W sierpniu 2020 roku dołączył do Rady Nadzorczej Wirtualna Polska Holding.

■ Członkowie Rady Nadzorczej spełniający kryterium niezależności

Zgodnie ze Statutem Spółki, w skład Rady Nadzorczej powinny wchodzić co najmniej dwie osoby spełniające kryteria niezależności określone w § 21 Statutu. Osoba będąca pracownikiem Spółki, podmiotu zależnego lub spółki stowarzyszonej nie może być uznana za spełniającą kryteria niezależności opisane w Załączniku II do zalecenia Komisji Europejskiej z dnia 15 lutego 2005 roku dotyczące roli dyrektorów niewykonawczych lub będących członkami rady nadzorczej spółek giełdowych i komisji rady (nadzorczej) (Dz.U.UE.L.2005.52.51). Dodatkowo, związkiem z akcjonariuszem wykluczającym niezależność członka Rady Nadzorczej jest rzeczywiste i istotne powiązanie z akcjonariuszem, który posiada prawo do wykonywania przynajmniej 5% wszystkich głosów na Walnym Zgromadzeniu.

Jeżeli Zarząd otrzyma pisemne oświadczenie od członka Rady Nadzorczej spełniającego dotychczas kryteria niezależności stwierdzające, że przestał on spełniać te kryteria, lub uzyska taką informację z innego źródła, Zarząd, w terminie 2 tygodni od otrzymania takiego oświadczenia lub powzięcia takiej wiadomości, zwoła Walne Zgromadzenie w celu powołania członka Rady Nadzorczej spełniającego ww. kryteria.

Utrata przymiotu niezależności przez członka Rady Nadzorczej, a także brak powołania niezależnego członka Rady Nadzorczej nie powoduje nieważności uchwał podjętych przez Radę Nadzorczą. Utrata przez niezależnego członka Rady Nadzorczej przymiotu niezależności w trakcie pełnienia przez niego funkcji członka Rady Nadzorczej nie ma wpływu na ważność lub wygaśnięcie jego mandatu.

Obecnie w skład Rady Nadzorczej wchodzi pięć osób spełniających powyższe kryteria niezależności, tj.:

- Pan Mariusz Jarzębowski – Członek Rady Nadzorczej
- Pan Piotr Walter – Przewodniczący Rady Nadzorczej
- Pan Aleksander Wilewski – Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej
- Pani Katarzyna Beuch – Członek Rady Nadzorczej
- Pan Grzegorz Konieczny – Członek Rady Nadzorczej

■ Kompetencje Rady Nadzorczej

Zgodnie z §20 ust. 3 Statutu, do kompetencji Rady Nadzorczej, poza sprawami wskazanymi w Kodeksie Spółek Handlowych, należy:

- wybór lub zmiana podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych Spółki oraz do przeprowadzenia czynności rewizji finansowej Spółki,
- powoływanie i odwoływanie członków Zarządu zgodnie z wnioskiem Prezesa Zarządu,
- ustalanie liczby członków Zarządu zgodnie z wnioskiem Prezesa Zarządu,
- ustalanie Regulaminu Rady Nadzorczej i Regulaminu Zarządu,
- wyrażenie zgody na zawarcie przez Spółkę istotnej transakcji z podmiotem powiązany, z wyłączeniem transakcji typowych, zawieranych na warunkach rynkowych w ramach prowadzonej działalności operacyjnej przez Spółkę z podmiotem zależnym, w którym Spółka posiada większościowy udział kapitałowy,
- rozpatrywanie i opiniowanie spraw mających być przedmiotem uchwał Walnego Zgromadzenia,
- opiniowanie wieloletnich programów rozwoju Spółki i rocznych planów finansowych Spółki,
- wyrażanie zgody na:
 - zawarcie przez Spółkę lub którykolwiek jej Podmiot Zależny umowy powodującej powstanie skonsolidowanego zadłużenia finansowego przekraczającego 3,5-krotność EBITDA z zastrzeżeniem, iż wartość takiej umowy przekracza kwotę 50.000.000 (pięćdziesiąt milionów) zł,;
 - zarówno w odniesieniu do Spółki, jak i jej podmiotu zależnego, zawieranie umów o pracę, umów zlecenia, umów o świadczenie usług (lub innych umów o podobnym charakterze), których kwota rocznego wynagrodzenia przekracza 1,2 mln złotych (łącznie z maksymalnym możliwym do wypłaty poziomem premii na podstawie takiej umowy),
- ustalanie wynagrodzeń osób pełniących funkcje Prezesa Zarządu i pozostałych Członków Zarządu Spółki.

■ Skład i sposób wyboru Rady Nadzorczej

Rada Nadzorcza składa się z od pięciu do dziewięciu członków powoływanych i odwoływanych przez Walne Zgromadzenie.

Liczbę członków Rady Nadzorczej ustala Walne Zgromadzenie. W wypadku wyboru Rady Nadzorczej w drodze głosowania oddzielnymi grupami w trybie art. 385 Kodeksu spółek handlowych liczba członków Rady Nadzorczej wynosi dziewięć.

Rada Nadzorcza, w której skład w wyniku wygaśnięcia mandatów niektórych członków Rady Nadzorczej (z innego powodu niż odwołanie) wchodzi mniej członków niż zostało ustalone przez Walne Zgromadzenie zgodnie ze Statutem, jednakże co najmniej pięciu, jest zdolna do podejmowania ważnych uchwał.

Jeżeli w wyniku wygaśnięcia mandatów niektórych członków Rady Nadzorczej (z innego powodu niż odwołanie) liczba członków Rady Nadzorczej danej kadencji spadnie poniżej minimum ustawowego, pozostali członkowie Rady Nadzorczej mogą w drodze kooptacji powołać nowego członka Rady Nadzorczej, który będzie sprawował swoje czynności do czasu dokonania wyboru jego następcy przez najbliższe Walne Zgromadzenie, chyba, że Walne Zgromadzenie zatwierdzi członka Rady Nadzorczej powołanego w drodze kooptacji.

Rada Nadzorcza uzupełniona o członka powołanego w drodze kooptacji niezwłocznie zwołuje Walne Zgromadzenie w celu zatwierdzenia członka powołanego w drodze kooptacji albo wyboru jego następcy.

Członkowie Rady Nadzorczej mogą dokonać kooptacji, w sytuacji, gdy liczba członków Rady Nadzorczej wynosi co najmniej dwóch. Członkowie Rady Nadzorczej dokonują kooptacji w drodze doręczenia Spółce pisemnego oświadczenia wszystkich członków Rady Nadzorczej o powołaniu członka Rady Nadzorczej.

I Komitety Rady Nadzorczej

Rada Nadzorcza może powoływać komitety stałe lub ad hoc, działające jako kolegialne organy doradcze i opiniotwórcze Rady Nadzorczej. Komitet powoływany jest przez Radę Nadzorczą uchwałą, spośród jej członków. W skład komitetu wchodzi od 3 (trzech) do 5 (pięciu) członków.

Szczegółowe zasady działania komitetu określa jego regulamin uchwalony przez Radę Nadzorczą. W ramach Rady Nadzorczej może w szczególności działać w formie stałej Komitet Audytu lub Komitet ds. Nominacji i Wynagrodzeń.

I Komitet Audytu

Zgodnie z § 22 Statutu Rada Nadzorcza powołała Komitet Audytu, w którego skład wchodzi trzech członków, w tym co najmniej dwóch członków (w tym Przewodniczący Komitetu) spełnia warunki niezależności, co najmniej jeden członek posiada wiedzę i umiejętności w zakresie rachunkowości lub badania sprawozdań finansowych i co najmniej jeden członek posiada wiedzę i umiejętności z zakresu branży, w której działa Spółka, a co za tym idzie skład Komitetu Audytu spełnia wymagania ustawy o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym („Ustawa o Biegłych Rewidentach”).

Zadania komitetu audytu są określone w przepisach prawa, a także regulacjach wewnętrznych Spółki i należą do nich w szczególności: 1) monitorowanie: a) procesu sprawozdawczości finansowej, b) skuteczności systemów kontroli wewnętrznej i systemów zarządzania ryzykiem oraz audytu wewnętrznego, w tym w zakresie sprawozdawczości finansowej, c) wykonywania czynności rewizji finansowej, w szczególności przeprowadzania przez firmę audytorską badania, z uwzględnieniem wszelkich wniosków i ustaleń Komisji Nadzoru Audytowego wynikających z kontroli przeprowadzonej w firmie audytorskiej; 2) kontrolowanie i monitorowanie niezależności biegłego rewidenta i firmy audytorskiej, w szczególności w przypadku, gdy na rzecz jednostki zainteresowania publicznego świadczony są przez firmę audytorską inne usługi niż badanie; 3) informowanie rady nadzorczej lub innego organu nadzorczego lub kontrolnego jednostki zainteresowania publicznego o wynikach badania oraz wyjaśnianie, w jaki sposób badanie to przyczyniło się do rzetelności sprawozdawczości finansowej w jednostce zainteresowania publicznego, a także jaka była rola komitetu audytu w procesie badania; 4) dokonywanie oceny niezależności biegłego rewidenta oraz wyrażanie zgody na świadczenie przez niego dozwolonych usług niebędących badaniem w jednostce zainteresowania publicznego; 5) opracowywanie polityki wyboru firmy audytorskiej do przeprowadzania badania; 6) opracowywanie polityki świadczenia przez firmę audytorską przeprowadzającą badanie, przez podmioty powiązane z tą firmą audytorską oraz przez członka sieci firmy audytorskiej dozwolonych usług niebędących badaniem; 7) określanie procedury wyboru firmy audytorskiej przez jednostkę zainteresowania publicznego; 8) przedstawianie radzie nadzorczej lub innemu organowi nadzorcemu lub kontrolnemu, lub organowi, o którym mowa w art. 66 ust. 4 ustawy z dnia 29 września 1994 roku o rachunkowości, rekomendacji, o której mowa w art. 16 ust. 2 rozporządzenia nr 537/2014, zgodnie z politykami, o których mowa w pkt 5 i 6; 9) przedkładanie zaleceń mających na celu zapewnienie rzetelności procesu sprawozdawczości finansowej w jednostce zainteresowania publicznego.

Rada Nadzorcza może powołać również inne komitety, w szczególności komitet nominacji i wynagrodzeń. Szczegółowe zadania oraz zasady powoływania i funkcjonowania komitetów określa Regulamin Rady Nadzorczej. Komitet Audytu odbywa posiedzenia, w miarę potrzeb, co najmniej cztery razy w roku.

Pracami Komitetu Audytu kieruje Przewodniczący.

Posiedzenia Komitetu Audytu zwołuje jego Przewodniczący z własnej inicjatywy lub na wniosek członka Komitetu Audytu, a także na wniosek Zarządu, wewnętrznego lub zewnętrznego audytora. Przewodniczący zaprasza na posiedzenia członków Komitetu Audytu oraz zawiadamia wszystkich pozostałych członków Rady Nadzorczej o posiedzeniu. Każdy członek Rady Nadzorczej ma prawo uczestniczyć w posiedzeniach Komitetu Audytu po uprzednim poinformowaniu Przewodniczącego Komitetu Audytu.

Przewodniczący może zapraszać na posiedzenia Komitetu Audytu członków Zarządu, pracowników Spółki i inne osoby, których udział w posiedzeniu jest przydatny dla realizacji zadań Komitetu Audytu.

W związku z upływem dotychczasowej kadencji w dniu 23 sierpnia 2021 r. Rada Nadzorcza Spółki powołała Pana Aleksandra Wilewskiego, Panią Katarzynę Beuch oraz Pana Mariusza Jarzębowskiego w skład Komitetu Audytu nowej kadencji.

Na dzień 31 grudnia 2021 roku oraz na dzień publikacji niniejszego Raportu w skład Komitetu Audytu wchodził następujący członkowie Rady Nadzorczej:

- Aleksander Wilewski- Przewodniczący Komitetu, Członek Rady Nadzorczej spełniający kryterium niezależności;
- Katarzyna Beuch - Członek Komitetu; Członek Rady Nadzorczej spełniający kryterium niezależności;
- Mariusz Jarzębowski - Członek Komitetu, Członek Rady Nadzorczej spełniający kryterium niezależności;

Pan Aleksander Wilewski oraz Pani Katarzyna Beuch są członkami Komitetu Audytu posiadającymi wiedzę i umiejętności w zakresie rachunkowości.

- Pan Aleksander Wilewski studiował na sztokholmskim Uniwersytecie Ekonomicznym ze specjalizacją rachunkowość i finanse.
- Pani Katarzyna Beuch w 1993 roku uzyskała tytuł magistra Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu, a w 1995 ukończyła studia podyplomowe z zarządzania ryzykiem finansowym oraz aktywami i pasywami zorganizowane przez USAID i Uniwersytet Południowej Karoliny w Warszawskim Instytucie Bankowości. Posiada kwalifikacje ACCA od 2000 roku (FCCA od 2005).

Członkowie Komitetu Audytu posiadają wiedzę i umiejętności z zakresu branży Emitenta w uwagi na ich wieloletnie doświadczenie we współpracy z podmiotami działającymi na rynku mediowym i internetowym, w tym:

- Aleksander Wilewski jest założycielem Clickad - jednej z czołowych spółek zajmujących się digital marketingiem, sprzedanej firmie private equity 3TS, gdzie pozostaje w zarządzie spółki. Ponadto jako współzałożyciel założył w Szwecji firmę Guldbrev – szybko rozwijającą się spółkę z segmentu e-commerce.
- Mariusz Jarzębowski pracował w Dolinie Krzemowej w NeXT i Apple, kierowanych przez Steve'a Jobsa. Mariusz Jarzębowski pracował również w funduszu inwestycyjnym, gdzie kontynuował prace nad rozwojem nowych przedsięwzięć oraz zasiadał w ich Radach Nadzorczych i Doradczych. W Microsoft, jako specjalista do spraw strategii konkurencji i nowych rynków, Mariusz Jarzębowski pomagał firmom kreować nowe źródła wzrostu i uczyć się od start-upów.

W 2021 roku odbyły się cztery posiedzenia Komitetu Audytu.

W 2021 r. na rzecz Grupy były świadczone dozwolone usługi niebędące badaniem przez firmę audytorską badającą sprawozdanie finansowe Grupy.

Komitet Audytu Rady Nadzorczej opracował i uchwalił:

- Politykę i procedury wyboru firmy audytorskiej do badania ustawowego sprawozdania finansowego Spółki Wirtualna Polska Holding S.A. („Spółka”) i Grupy Kapitałowej Wirtualna Polska Holding („Grupa Kapitałowa”) przyjęte Uchwałą przez Komitet Audytu Rady Nadzorczej Wirtualna Polska Holding S.A.,
- Politykę Spółki Wirtualna Polska Holding S.A. („Spółka”) i Grupy Kapitałowej Wirtualna Polska Holding („Grupa Kapitałowa”) w zakresie świadczenia dodatkowych usług przez firmę audytorską, podmiot

powiązany z firmą audytorską lub członka jego sieci przyjęte Uchwałą przez Komitet Audytu Rady Nadzorczej Wirtualna Polska Holding S.A.'

Główne założenia polityki wyboru firmy audytorskiej do przeprowadzania badania

- ❑ Zapytanie ofertowe dla wyboru firmy audytorskiej do ustawowego badania sprawozdania finansowego Spółki i ustawowego badania sprawozdania skonsolidowanego Grupy Kapitałowej sporządzone jest przez Członka Zarządu ds. finansowych Spółki w terminie do końca marca roku podlegającego badaniu i konsultowane z Komitetem Audytu a następnie podlega przesłaniu do wybranych podmiotów świadczących usługi audytorskie. Zapytanie ofertowe zawiera dokumentację umożliwiającą poznanie działalności Spółki i Grupy Kapitałowej Spółki a także kryteria wyboru określone w sposób przejrzysty i niedyskryminujący.
- ❑ Zebrane oferty firm audytorskich wraz ze sprawozdaniem zawierającym wnioski z przeprowadzonej procedury wyboru, przedkładane są Komitetowi Audytu oraz Radzie Nadzorczej Spółki. Sprawozdanie jest zatwierdzane przez Komitet Audytu.
- ❑ Członkowie Komitetu Audytu Spółki dokonują analizy złożonych ofert firm audytorskich, wyznaczają terminy spotkań z przedstawicielami tych firm audytorskich, które złożyły oferty i na podstawie tych działań dokonują rekomendacji wyboru firmy audytorskiej. O ile nie dotyczy to odnowienia zlecenia badania, rekomendacja zawiera uzasadnienie i przynajmniej dwie możliwości powierzenia zlecenia badania, przy czym Komitet Audytu wyraża preferencję wobec jednej z nich. Komitet Audytu stwierdza w rekomendacji, że jest ona wolna od wpływów strony trzeciej i nie została na niego nałożona żadna klauzula ograniczająca wybór firmy audytorskiej.
- ❑ Członkowie Komitetu Audytu Spółki przy wyborze firmy audytorskiej działającej w sieci międzynarodowej powinni kierować się jej bezstronnością, niezależnością, najwyższą jakością wykonywanych prac audytorskich, znajomością branży, w której działa Spółka i spółki należące do Grupy Kapitałowej.
- ❑ Wybór firmy audytorskiej następuje na mocy uchwały Rady Nadzorczej Spółki, po rozpatrzeniu rekomendacji Komitetu Audytu.
- ❑ Umowa z podmiotem świadczącym usługi audytorskie może zostać zawarta na okres minimum 2 lat. Zapytanie ofertowe nie jest sporządzane w przypadku, gdy Spółka posiada ważną w danym roku umowę na świadczenie usług audytorskich.
- ❑ Maksymalne okresy współpracy z podmiotem uprawnionym do badania oraz obowiązkowa rotacja kluczowego biegłego rewidenta:
 - maksymalny czas nieprzerwanego trwania zleceń badań ustawowych, o których mowa w art. 17 ust. 1 akapit drugi rozporządzenia nr 537/2014, przeprowadzanych przez tę samą firmę audytorską lub firmę audytorską powiązaną z tą firmą audytorską lub jakiegokolwiek członka sieci działającej w państwach Unii Europejskiej, do której należą te firmy audytorskie, nie może przekraczać 10 lat.
 - kluczowy biegły rewident nie może przeprowadzać badania ustawowego w tej samej jednostce zainteresowania publicznego przez okres dłuższy niż 5 lat.
 - kluczowy biegły rewident może ponownie przeprowadzać badanie ustawowe w jednostce, o której mowa w ust. 2, po upływie co najmniej 3 lat od zakończenia ostatniego badania ustawowego.

Główne założenia polityki świadczenia przez firmę audytorską przeprowadzającą badanie, przez podmioty powiązane z tą firmą audytorską oraz przez członka sieci firmy audytorskiej dozwolonych usług niebędących badaniem

- ❑ Biegły rewident lub firma audytorska przeprowadzający ustawowe badania Spółki lub podmiot powiązany z firmą audytorską ani żaden z członków sieci, do której należy biegły rewident lub firma audytorska, nie świadczą bezpośrednio ani pośrednio na rzecz Spółki ani jednostek powiązanych żadnych zabronionych usług niebędących badaniem sprawozdań finansowych ani czynnościami rewizji finansowej.

- Usługami zabronionymi nie są usługi wskazane w art. 136 ust. 2 ustawy z dnia 11 maja 2017 r. o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym.
- Świadczenie usług o których mowa w pkt 2, możliwe jest jedynie w zakresie niezwiązanym z polityką podatkową Spółki, po przeprowadzeniu przez Komitet Audytu oceny zagrożeń i zabezpieczeń niezależności i wyrażeniu zgody przez Komitet Audytu.
- W przypadku, gdyby właściwe organy dopuściły w drodze odstępstwa świadczenie przez firmę audytorską niektórych usług zabronionych na podstawie art. 5 ust. 3 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 537/2014 z dnia 16 kwietnia 2014r. w sprawie szczegółowych wymogów dotyczących ustawowych badań sprawozdań finansowych jednostek interesu publicznego uchylającego decyzję Komisji 2005/909/WE, Komitet Audytu wydaje w stosownych przypadkach wytyczne dotyczące tych usług.
- Biegły rewident lub firma audytorska przeprowadzający badania ustawowe Spółek oraz – w przypadku gdy biegły rewident lub firma audytorska należą do sieci – każdy członek takiej sieci mogą świadczyć na rzecz Spółki lub jednostek przez nią kontrolowanych usługi niebędące badaniem sprawozdań finansowych inne niż zabronione usługi niebędące badaniem sprawozdań finansowych, z tym jednak, że każda taka usługa powinna zostać zweryfikowana przez Komitet Audytu pod względem oceny zagrożeń i zabezpieczeń niezależności.
- Wynagrodzenie za usługi dozwolone niebędące badaniem podlega ograniczeniom określonym w Ustawie o biegłych rewidentach oraz w Rozporządzeniu.

6. OPIS POLITYKI RÓŻNORODNOŚCI STOSOWANEJ DO ORGANÓW ADMINISTRUJĄCYCH, ZARZĄDZAJĄCYCH I NADZORUJĄCYCH

Grupa prowadzi politykę, zgodnie z którą, w Grupie i Spółce zatrudniane są osoby kompetentne, kreatywne oraz posiadające odpowiednie dla danego stanowiska doświadczenie zawodowe i wykształcenie, płeć ani wiek nie ma znaczenia dla zatrudnienia danej osoby. Zgodnie ze Statutem Prezes Zarządu jest powoływany przez Walne Zgromadzenie, pozostali członkowie Zarządu są powoływani przez Radę Nadzorczą na wniosek Prezesa Zarządu oraz w zakresie w nim określonym, a Rada Nadzorcza jest powoływana przez Walne Zgromadzenie. Statut przewiduje także możliwość kooptacji nowego członka Rady Nadzorczej przez pozostałych członków Rady Nadzorczej, jeśli liczba mandatów niektórych członków Rady Nadzorczej powołanych przez Walne Zgromadzenie spadnie poniżej minimalnej liczby członków Rady Nadzorczej określonej w Statucie. Tym samym skład osobowy Zarządu zależał będzie od Walnego Zgromadzenia (w odniesieniu do Prezesa Zarządu) oraz od Prezesa Zarządu i Rady Nadzorczej (w odniesieniu do pozostałych członków Zarządu), zaś na skład osobowy Rady Nadzorczej zasadniczo będą mieć wpływ akcjonariusze Spółki, na skutek oddania głosów na Walnym Zgromadzeniu.



OŚWIADCZENIE NA TEMAT INFORMACJI NIEFINANSOWYCH

Wskaźniki według standardu Global Reporting Initiatives (GRI)

List od Prezesa Zarządu

Szanowni Państwo,



Za nami kolejny rok z pandemią i dużymi zmianami, które miały wpływ również na nasz biznes. Początek 2022 roku to też inwazja Rosji na Ukrainę. Widzimy niewyobrażalną skalę przemocy skierowanej w naszych sąsiadów, ale jednocześnie wielką falę wsparcia Polaków dla przyjaciół z Ukrainy. To wsparcie płynie również bezpośrednio z Wirtualnej Polski i od naszych pracowników. Jest budujące, tym bardziej, że sytuacja geopolityczna rodzi olbrzymie obawy i niepewność, a wpływ wojny na zmiany społeczne i gospodarcze trudno w tej chwili dokładnie przewidzieć.

Mimo wielu wyzwań w minionym roku nasza organizacja rozwijała się w kierunku „zielonej” strony. Do najważniejszych osiągnięć 2021 roku zaliczamy kolejne kroki w kierunku ochrony środowiska naturalnego i przechodzenia na zieloną energię.

Naszą największą zieloną inwestycją był zakup dużej farmy fotowoltaicznej na Dolnym Śląsku, która rocznie generuje ilość energii odpowiadającej połowie zapotrzebowania naszych serwerowni. Ponadto, angażując nasze zespoły, posadziliśmy 1 hektar lasu Wirtualnej Polski pod Siedlcami. Dołączyliśmy do dwóch ważnych globalnych inicjatyw, których cele są nam bliskie. To UN Global Compact, promujący zrównoważony rozwój biznesu oraz 30% Club, dbający o różnorodność w biznesie i zwiększanie reprezentacji kobiet na poziomach zarządów i rad nadzorczych spółek. Kluczowym projektem było utworzenie pierwszej Strategii Zrównoważonego Rozwoju naszej spółki, w której postawiliśmy sobie ambitne cele na najbliższe lata we wszystkich trzech obszarach ESG. Chcemy aktywnie zarządzać naszym wpływem na środowisko i minimalizować jego negatywny wymiar. Mając na uwadze dobro i zdrowie naszych pracowników, przez większość miesięcy kontynuowaliśmy pracę w systemie zdalnym bądź hybrydowym.

W imieniu Zarządu zapraszam do zapoznania się z poniższym oświadczeniem.

Najistotniejsze informacje oraz wskaźniki z obszarów środowiskowego, szeroko rozumianych relacji z otoczeniem i interesariuszami oraz jakości zarządzania (tzw. ESG) prezentujemy z wykorzystaniem międzynarodowych wytycznych GRI (Global Reporting Initiative).

Jacek Świdorski
Prezes Zarządu Wirtualna Polska Holding SA
[102-14]



1. NASZ BIZNES

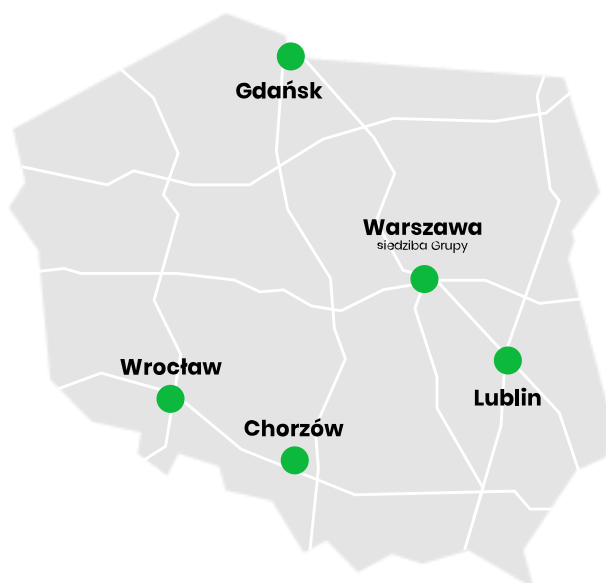
O GRUPIE

Poznajcie nas

[102-1; 102-3; 102-4]

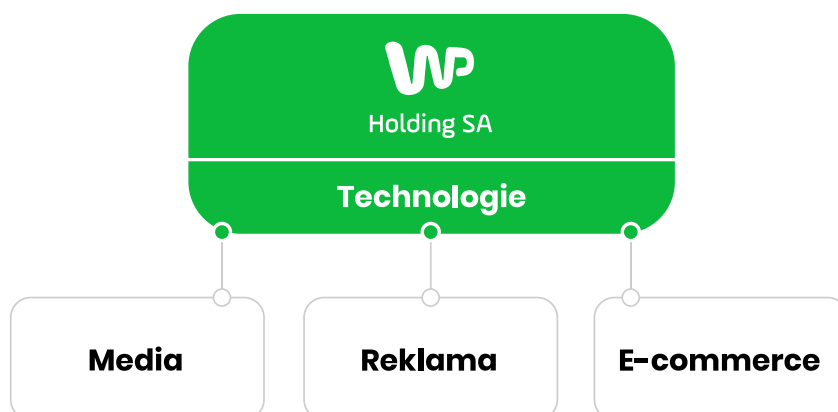
Wirtualna Polska to grupa kapitałowa, na czele której stoi Wirtualna Polska Holding SA z siedzibą w Warszawie przy ulicy Żwirki i Wigury 16. Nasza Grupa działa w Polsce. Tworzy ciekawe i atrakcyjne otoczenie pracy, między innymi w Warszawie, Gdańsku, Wrocławiu, Lublinie i Chorzowie.

Nasze główne lokalizacje:



Nasze marki, produkty i usługi oraz model biznesowy

[102-2]

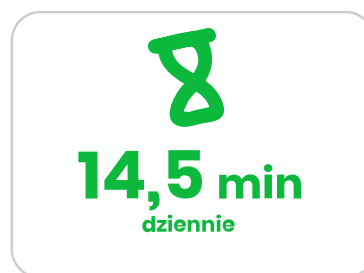
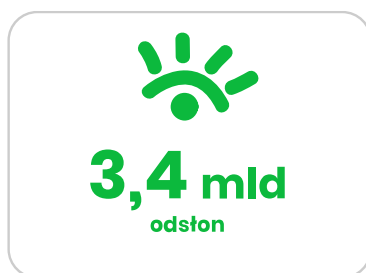
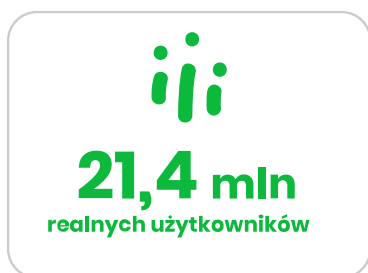


Wirtualna Polska to holding technologiczny. Prowadzi działalność mediową, reklamową oraz e-commerce. Naszą misją jest pozostawanie partnerem pierwszego wyboru Polaków, który dostarcza angażujące informacje, rozrywkę i usługi oraz inspirowanie w codziennych decyzjach. Serwisy Grupy WP przygotowujemy w oparciu o innowacyjne rozwiązania, które pozwalają nam na poszerzanie grupy odbiorców, precyzyjne dostarczanie usług i reklam.

Nasi dziennikarze codziennie przygotowują dziesiątki materiałów, wśród nich wywiady, relacje wideo, opinie, reportaże i newsy. Dostarczają bieżących informacji, komentują aktualne wydarzenia i przedstawiają

ciekawostki ze świata rozrywki. To dzięki nim Wirtualna Polska jest miejscem, do którego Internauci wracają każdego dnia.

Skala naszej działalności



*średnia miesięczna

Wskaźniki odstón naszego serwisów	jednostka	Rok 2021	Rok 2020
Liczba realnych użytkowników	mln	21,4	21,4
Liczba odstón	mld	3,4	3,4
Czas spędzany dziennie przez 1 użytkownika	min.	14,5	13,0

SERWISY I KONTENT

Wirtualna Polska jest dla nas i naszych użytkowników centrum wydarzeń, którymi żyje Polska. To dzięki zespołowi pracowników i współpracowników Wirtualnej Polski Strona Główna przez dziesięć miesięcy 2021 roku zajmowała 1. miejsce w badaniu Mediapanel. Wiemy, że wolne i niezależne media to fundament demokracji. Dla dziennikarzy i wydawców tworzymy bezpieczne, komfortowe warunki pracy, które pozwalają na realizację podstawowej misji mediów. Dziennikarskie śledztwa i publikacje WP ujawniały nieprawidłowości i fakty, które doprowadzały do zmian w prawie oraz w funkcjonowaniu i zarządzaniu instytucjami publicznymi. Dzięki temu Wirtualna Polska była najchętniej cytowanym medium w Polsce na koniec 2021 roku.

Portfolio WP to również szereg serwisów tematycznych. Codziennie prezentujemy najważniejsze wiadomości z kraju i ze świata, prowadzimy jeden z najpopularniejszych serwisów finansowych w Polsce, dostarczamy również pełny przegląd informacji sportowych, treści motoryzacyjne, technologiczne, lifestylowe i rozrywkowe.

POCZTA

Usługami, które ułatwiają naszym użytkownikom komunikację są również WP Poczta i Poczta o2. Oferują m.in. nielimitowaną pojemność skrzynki i załączniki do 100 MB. Wyróżniają się wysokim poziomem zabezpieczeń i rozwiązaniami dla biznesu.

Jednym z głównych narzędzi rozwijanych w ramach usług poczty elektronicznej jest 1Login od WP. Pozwala on nie tylko na dodatkowe, dwuskładnikowe zabezpieczenie konta, ale także na prostsze logowanie do wielu innych usług. Do końca 2021 roku przekonał do siebie 9,6 mln użytkowników. Coraz więcej zewnętrznych partnerów również daje swoim odbiorcom możliwość zalogowania się i uwierzytelniania danych poprzez konto 1Login od WP.

TELEWIZJA

W ramówce Telewizji WP znaleźć można światowe filmy i seriale nieemitowane wcześniej w polskich kanałach otwartej telewizji. Stacja pokazuje autorskie programy informacyjne, programy rozrywkowe oraz dokumenty i cykle o remontowaniu i urządzeniu wnętrz. W 2021 Telewizja WP utrzymała 1. miejsce na MUX8 w grupie komercyjnej 16-59 oraz w dystrybucji naziemnej; średni udział w grupie 16-59 to 0,61%².

Telewizja WP dostępna jest naziemnie na ósmym multipleksie (MUX8), na platformach Cyfrowy Polsat i CANAL+, w najlepszych sieciach kablowych oraz w usłudze WP Pilot.

WIDEO

Naszemu użytkownikom oferujemy również możliwość odbioru tradycyjnej telewizji w wersji online. WP Pilot umożliwia oglądanie ponad 110 kanałów telewizyjnych, z czego kilkanaście całkowicie za darmo. Usługa jest dostępna bez konieczności podpisywania umowy i bez dekodera. W 2021 roku prężnie rozwijała się oferta sportowa, m.in. zostaliśmy partnerem internetowym STATSCORE Futsal Ekstraklasy, czyli najwyższej w hierarchii klasie ligowych rozgrywek tej dyscypliny w Polsce.

Telewizję oglądać można poprzez stronę internetową, aplikacje na platformy Android, iOS, Windows i Xbox oraz z wykorzystaniem Chromecast i Airplay. WP Pilot jest też dostępny w międzynarodowych wersjach urządzeń Amazon – Fire TV Stick 4K Max, sprzęcie do przesyłania strumieniowego oraz Fire TV Stick, przeznaczonego do streamingu w Full HD.

RADIO

OpenFM to najpopularniejsze polskie radio internetowe. Do dyspozycji słuchaczy jest niemal 200 zróżnicowanych stacji muzycznych, które podzielone są na kategorie tematyczne. Usługa jest dostępna pod adresem www.open.fm oraz przez aplikację mobilną na platformy Android i iOS.

REKLAMA

Wirtualna Polska prowadzi działalność na polskim rynku reklamy online oferując swoim klientom szeroką gamę produktów reklamowych. Należą do nich m.in. nowoczesne reklamy display, w tym m.in. reklamy wideo online, reklamy wysyłane pocztą elektroniczną, reklamy na urządzenia mobilne oraz reklamy oparte na modelu efektywnościowym (tj. rozliczane za przejścia do strony, wypełnienie formularza, rejestracje, zakup towarów lub usług, lead generation, performance marketing). WP od lat rozwija sprzedaż w inteligentnym modelu programatycznym, który dostarcza wielu rozbudowanych metryk służących mierzalności prowadzonych kampanii.

W roku 2021 spółka przeprowadziła szereg działań w obszarze usprawnień technologicznych. Po uruchomieniu WP Sales Booster do użytku klientów oddane zostało narzędzie WP Ads. To platforma, która pozwala na samodzielne planowanie i zarządzanie kampaniami reklamowymi i mailingiem. Pomija pośredników i zapewnia rozliczenie za faktyczną sprzedaż (ROAS). WP Ads to pierwszy tego typu produkt na rynku reklamowym, w 2021 roku dostępny dla 5 branż: odzież i obuwie, dom i ogród, elektronika i media, sport oraz zdrowie i uroda.

Kolejną rozwijaną nowością był WPartner - platforma SSP (Supply-Side Platform), która pozwala innym wydawcom na skuteczną monetyzację własnych powierzchni reklamowych. Rozwiązanie umożliwia wydawcom wybór optymalnej oferty w czasie rzeczywistym, bez konieczności integracji systemów z wieloma partnerami biznesowymi. Jest to możliwe dzięki unikatowej, autorskiej technologii opartej o model programmatic. Dzięki WPartner wydawcy w jednym miejscu mają możliwość emitowania reklam z różnych

² Badanie I–XII 2021, Nielsen.

źródeł (domy mediowe, klienci bezpośredni, klienci regionalni, reklama programmatic), przy zachowaniu najefektywniejszego dla nich modelu rozliczania kampanii.

E-COMMERCE

E-commerce Grupy WP to kompleksowe rozwiązania technologiczne, gwarancja efektywnego dotarcia do odbiorcy, dostarczanie użytkownikom informacji o trendach oraz rekomendacje zakupowe. Grupa działa w obszarach turystyki, mody, wyposażenia wnętrz i projektowania domów, usług finansowych oraz motoryzacji.

WPŁYW PANDEMII COVID

W 2021 roku polska branża turystyczna powoli się odradzała. W 2020 roku z powodu pandemii przeżywała jeden z najbardziej dotkliwych kryzysów w historii. Jednak zeszłoroczne lato pokazało, że turystyka zaczęła funkcjonować znacznie lepiej. Polacy chętnie korzystali z ośrodków wypoczynkowych na terenie kraju. Dane GUS mówią, że w lipcu turystów odpoczywających w Polsce, było więcej, zarówno w porównaniu do lipca 2020, jak i 2019 roku.

Częstsze przebywanie w domach spowodowało, że dużo więcej zakupów i usług zamawiano przez internet. E-commerce w czasie pandemii pozwalał klientom na dostęp do szerokiej gamy produktów w bezpieczny sposób, a firmom na funkcjonowanie, mimo restrykcji i ograniczeń. Rosła też grupa klientów preferujących zakupy wyłącznie przez internet.

Zmiany w handlu elektronicznym wywołane przez pandemię pozostaną trendem na dłużej ze względu na nowe przyzwyczajenia zakupowe. Niestety różnice w dostępie do usług cyfrowych między grupami społecznymi nie pozwalają wszystkim korzystać z wygody handlu elektronicznego. Te wyzwania istniały już przed pandemią COVID-19, ale obecny kryzys oraz rosnąca rola e-commerce dla obywateli oraz przedsiębiorców powodują konieczność podjęcia działań, które wpisane są w nową strategię zrównoważonego rozwoju Grupy WP.

ZRÓWNOWAŻONE PRODUKTY I USŁUGI

Wirtualna Polska posiada farmę fotowoltaiczną, która rocznie generuje ilość energii odpowiadającej połowie zapotrzebowania na energię własnych serwerowni. Naszym celem jest osiągnięcie zeroemisyjności i neutralności klimatycznej do 2023 roku.

W Strategii Zrównoważonego Rozwoju Wirtualnej Polski Holding zawarliśmy cel podniesienia poziomu efektywności energetycznej naszych data centers i budynków. Chcemy wypełnić wymagania niezbędne do certyfikacji ISO 50001, którą zaplanowaliśmy na rok 2023.

OBECNOŚĆ NA RYNKU

[102-6]

Stale zwiększamy liczbę oferowanych usług i produktów. Prowadzimy serwisy informacyjne, dostarczamy treści rozrywkowe, poradnikowe i edukacyjne. Oferujemy usługi reklamowe w swoich mediach i serwisach e-commerce. W ramach sprzedaży internetowej jesteśmy pośrednikiem m.in. usług noclegowych i wycieczek,

wyposażenia wnętrz i projektów domów, usług finansowych i porównywarek, ofert motoryzacyjnych oraz ofert modowych najlepszych marek.

Na podstawie danych z całego 2021 roku: 75% przychodów Grupy WP pochodzi z rynku krajowego 21% z krajów UE 3% z krajów poza UE.

Sprzedaż krajowa	75%
Sprzedaż zagraniczna	25%
Unia Europejska	21%
Poza Unią Europejską	3%
Razem	100%

Kluczowe niefinansowe wskaźniki wyników

Wskaźnik	Jednostka	Dwanaście miesięcy zakończonych 31.12.2021	Dwanaście miesięcy zakończonych 31.12.2020	Zmiana %
Obszar zarządczy				
Liczba realnych użytkowników miesięcznie	mln	21,4	21,4	0%
Czas spędzany dziennie przez 1 użytkownika w naszych serwisach	min	13,0	13,0	0%
Obszar środowiska naturalnego				
Łączne emisje gazów cieplarnianych w zakresach (Scope) 1+2 market-based	Mg CO ₂ e	849,4	7 064,9	(88%)
Emisje na 1 mln złotych EBITDA	Mg CO ₂ e/1 mln zł.	2,7	40,8	(93%)
Obszar pracowniczy				
LTI (Leadership Trust Index)	pkt	70	44	59%
Gender Pay Gap Ratio (różnica między średnim wynagrodzeniem kobiet i mężczyzn)	%	14,1	12	%
Wskaźnik fluktuacji dla wszystkich pracowników	%	19	25	(24%)

ASPEKT EKONOMICZNY

Ekonomiczny wymiar zrównoważonego rozwoju dotyczy oddziaływania na warunki ekonomiczne naszych interesariuszy. Czy i w jaki sposób dokładamy się do tworzenia wspólnej wartości? Czy i na ile jesteśmy udziałowcem w zmianach społeczno-ekonomicznych w kierunku lepszej jakości życia? Od lat ułatwiamy komunikację. Informujemy o wydarzeniach. Prowadzimy szereg usług nieodpłatnych, oferujemy dostęp do nich każdemu, bez względu na status majątkowy. Naszym pracownikom umożliwiamy realizację kariery zawodowej bez względu na płeć, orientację seksualną, kolor skóry czy poglądy.

Obecność Wirtualnej Polski w branży

[102-12; 102-13]

Wirtualna Polska ma status członka zarządzającego Związku Pracodawców Branży Internetowej IAB Polska. Misją tej organizacji jest wspieranie komunikacji interaktywnej oraz popularyzacja Internetu, jako efektywnego medium m.in. poprzez edukację i działania badawcze. Przewodniczącą Rady Nadzorczej IAB Polska jest Joanna Pawlak – prezes Wirtualna Polska Media SA. Pracownicy Wirtualnej Polski wypowiadają się jako eksperci w raportach branżowych, które IAB Polska wydaje we współpracy z Harvard Business Review Polska.

WP wraz z innymi największymi wydawcami mediowymi w Polsce - jako współnik - wspiera Polskie Badania Internetu (PBI). Najważniejszym efektem tej współpracy jest badanie Mediapanel, które od ponad 15 lat jest standardem pomiaru widowni internetowej w Polsce. WP jest także aktywnym członkiem w Stałym Zespole Metodologicznym, który działa przy Zarządzie PBI i na jego wniosek opiniuje m.in. zmiany w badaniu Mediapanel.

Wspieramy liczne wydarzenia branżowe, sportowe i ważne inicjatywy. Serwis money.pl od lat jest partnerem medialnym Impact - jednego z największych i najważniejszych wydarzeń gospodarczo-technologicznych w Europie Środkowo-Wschodniej, na stałe wpisanego w kalendarze decydentów biznesowych, politycznych oraz światowej klasy ekspertów i naukowców. W 2021 roku po raz trzeci money.pl wręczył nagrody wyróżniające ludzi i firmy, które stawiają na przedsiębiorczość, nowoczesność i innowacyjne technologie.

Jesteśmy również członkiem Polskiej Izby Turystyki, Polskiego Związku Organizatorów Turystyki i akredytowanym agentem IATA.

Wirtualna Polska w 2021 roku została partnerem medialnym Polskiego Komitetu Olimpijskiego (PKOl) i Polskiej Reprezentacji Olimpijskiej. Umowa podpisana na dwa lata objęła współpracę podczas Igrzysk Olimpijskich w Tokio oraz Zimowych Igrzysk Olimpijskich w Pekinie. Wirtualna Polska posiadała prawo do tytułu Partnera PKOl i Polskiej Reprezentacji Olimpijskiej oraz prawo do wizerunku zawodników w stroju Reprezentacji Olimpijskiej.

Przykładowe partnerstwa w 2021 roku:



Wyniki ekonomiczne

[102-7; 201-1]

Aspekt ekonomiczny dotyczy wytworzonej przez nas wartości ekonomicznej i jej podziału. To podstawowy wskaźnik obrazujący sposób, w jaki tworzymy wartość dla naszych interesariuszy oraz lokalnej gospodarki.

(w tys. złotych)	Dwanaście miesięcy zakończonych 31.12.2021	Dwanaście miesięcy zakończonych 31.12.2020	Zmiana %
Przychody ze sprzedaży	872 239	632 286	38%
Koszty operacyjne	(644 652)	(510 575)	26%
EBIT	227 587	121 711	87%
EBITDA	310 103	202 550	53%
Przychody i koszty finansowe	635	(31 514)	(102,0%)
Aktualizacja wyceny zobowiązania do wykupu udziałów niedających kontroli oraz innych zobowiązań wynikających z połączenia przedsięwzięć	3 538	4 125	(14,2%)
Udział w stratach inwestycji wycenianych metodą praw własności	-	(2 923)	(100,0%)
Zysk przed opodatkowaniem	231 760	91 399	154%
Zysk netto	187 797	81 699	130%

INTERESARIUSZE WIRTUALNEJ POLSKI

[102-40; 102-42; 102-43; 102-44]

Ponad **21 milionów** interesariuszy

	Sposób angażowania	Częstotliwość angażowania	Kluczowe kwestie i zagadnienia	✓ wykonane w trakcie/na bieżąco
ZEWNĘTRZNE GRUPY INTERESARIUSZY				
Akcjonariusze i inwestorzy	<ul style="list-style-type: none"> kontakty bezpośrednie i spotkania one-to-one strona www dedykowana grupie organizowanie spotkań i konferencji dostarczanie szczegółowych informacji o wynikach (komunikaty, raporty) 	kwartalna i roczna cykliczność publikowania wyników, stały kontakt bezpośredni	✓ przejrzystość publikowanych informacji oraz zapewnienie tłumaczenia na język angielski	
Partnerzy biznesowi i dostawcy*	<ul style="list-style-type: none"> spotkania biznesowe zawieranie kontraktów udział w konferencjach i partnerstwo medialne z organizacjami 	stały kontakt	✓ transparentne zasady współpracy	
* Naszą działalność prowadzimy głównie w Internecie i nie wykazujemy oddzielnej grupy dostawców, charakterystycznej dla przedsiębiorstw produkcyjnych. Naszymi dostawcami są min. firmy komputerowe i informatyczne, które dostarczają sprzęt i zapewniają licencjonowanie oprogramowania. Zasady współpracy z partnerami biznesowymi i dostawcami są tożsame.				
Spółeczeństwo	możliwość komentowania informacji w serwisach	stały kontakt	<ul style="list-style-type: none"> ✓ zapewnianie wymiany opinii i poglądów przeciwdziałanie nienawiści, hejtowi i nawoływaniu do agresji 	
	Biurowy Obsługi Klienta		funkcjonalność serwisów WVP; pytania o możliwość dodania nowych rozwiązań; każda kwestia zgodnie z procedurą przekazywana jest opiekunom technicznym i biznesowym danej usługi	
<ul style="list-style-type: none"> użytkownicy serwisów czytelnicy sluchacze widzowie 	badanie wizerunkowe Wirtualnej Polski	badanie coroczne	<ul style="list-style-type: none"> dalsze skupianie się na lokalnych tematach; wprowadziliśmy min. nowy serwis WVP Wrocław ✓ łatwa dostępność prognozy pogody; poprawiliśmy widoczność widgetu pogodowego na stronie głównej WVP; wprowadziliśmy też zupełnie nową odsłonę serwisu WVP Pogoda ✓ budowa zaufania do działań i marek WVP; przeprowadziliśmy kampanię #StopMowieNienawiści, w której dzieci odczytywały na głos kontrowersyjne i nieetyczne wypowiedzi osób publicznych. Kampania miała na celu wpłynąć na zmianę języka w przestrzeni publicznej, skłonić odbiorców do refleksji, a samym cytowanym zwrócić uwagę, że ich słowa słyszą wszyscy, także najmłodszy budowa zaufania do działań i marek WVP; ulepszymy mechanizmy moderacji komentarzy w serwisach 	
	badanie dla użytkowników WVP Poczty i Poczty o2		<ul style="list-style-type: none"> każda kwestia zgodnie z procedurą przekazywana jest opiekunom technicznym i biznesowym danej usługi ✓ wprowadzenie wraz z firmą Mígam bezpłatnej usługi „Poczta bez granic”, która umożliwia użytkownikom poczty z dysfunkcjami słuchu nieskrępowany kontakt z Biurem Obsługi Klienta ✓ wdrożenie bezpłatnej funkcjonalności segregowania e-recept w dedykowanym miejscu skrzynki 	
	badania satysfakcji z oferowanych usług i nowych funkcjonalności w serwisach	kilukrotnie w ciągu roku	każda kwestia zgodnie z procedurą przekazywana jest opiekunom technicznym i biznesowym danej usługi	
Klienci	badanie satysfakcji klientów Biura Reklamy WVP (ankieta ilościowa, wywiady indywidualne)	badania coroczne	<ul style="list-style-type: none"> ✓ ocena oferty reklamowej i obsługi klientów ✓ głębsze poznanie zjawisk na rynku reklamy on-line oraz poznanie spojrzenia na nie z perspektywy domów mediowych i klientów bezpośrednich 	
<ul style="list-style-type: none"> biznesowi e-commerce 	badanie zadowolenia z poziomu usług e-commerce min. NPS	ankiety realizowane na bieżąco w ciągu roku stały kontakt	✓ ocena oferty e-commerce, np. zadowolenie z obytej podróży	
Institute państwowe, regulatorzy i legislatorzy	realizacja obowiązków informacyjnych	stały kontakt	<ul style="list-style-type: none"> ✓ spełnianie wymogów ✓ dostępność usług 	
WEWNĘTRZNE GRUPY INTERESARIUSZY				
Pracownicy i współpracownicy	ankiety pracownicze wsparcie HR Business Partnerów	badania coroczne cotygodniowe statusy HRBP stały kontakt bezpośredni	<ul style="list-style-type: none"> ocena poziomu satysfakcji i zaangażowania pracowników badanie potrzeb pracowników ✓ wprowadzenie programów anażujących i budujących zaufanie pracowników 	

ISTOTNE ASPEKTY NIEFINANSOWE

[102-15; 102-21; 102-46; 102-47; 103-1]

Proces identyfikacji istotnych aspektów niefinansowych przeprowadziliśmy na podstawie wytycznych GRI Standards, dotyczących sporządzania raportów zrównoważonego rozwoju oraz w procesie prac nad Strategią ESG, które miały miejsce w drugiej połowie 2021 roku. Wpływ Wirtualnej Polski na społeczeństwo i środowisko oraz na interesariuszy określaliśmy i ocenialiśmy z udziałem naszych pracowników, w oparciu o badania i ankiety kierowane do naszych użytkowników oraz partnerów. Na podstawie listy kontrolnej zespół dokonał subiektywnych ocen każdego z aspektów zawartych w wytycznych GRI Standards. Kolejnym etapem było podsumowanie wyników, a w przypadku skrajnych ocen dyskusja nad każdym aspektem w celu osiągnięcia konsensusu i ostatecznej oceny. Priorytety wprowadzono na podstawie średnich ocen w celu zidentyfikowania tych, które są istotne dla Grupy.

Środowisko:

- Redukcja emisji gazów cieplarnianych
- Przeciwdziałanie ubóstwu energetycznemu
- Gospodarka o obiegu zamkniętym
- Edukacja z zakresu klimatu
- Bioróżnorodność
- Wsparcie klientów

Społeczeństwo:

praktyki zatrudniania i godnej pracy

- zatrudnianie
- szkolenia i edukacja
- różnorodność i równość szans
- równość wynagrodzenia

prawa człowieka

- niedyskryminowanie

Ład korporacyjny:

- Zarządzane etyką
- Cyberbezpieczeństwo
- Zapobieganie korupcji
- Zgodność z regulacjami m.in. prawa do informacji, RODO
- Rzetelność treści
- Wiarygodność produktów i usług

ZASADY I WARTOŚCI

W budowaniu relacji z partnerami biznesowymi zapewniającymi efektywne działanie naszej sieci reklamowej zwracamy uwagę na przejrzystość podejmowanych działań wobec odbiorców oraz zgodność z regulacjami, którym podlegają usługi reklamowe. Są to m.in. przepisy o ochronie danych osobowych i świadczeniu usług drogą elektroniczną, przepisy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji oraz właściwe normy branżowe, zarówno wynikające z obowiązujących przepisów jak i z samoregulacji – np. wyznaczone przez IAB Europe w Transparency and Consent Framework. Nasi partnerzy biznesowi e-commerce dostarczają dobra i usługi, które oferujemy użytkownikom. W takiej współpracy zawsze wybieramy dostawców, którym możemy zaufać, którzy znają potrzeby naszych odbiorców i swoją ofertą wpasowują w ich preferencje. Chcemy, by nasi partnerzy działali również lokalnie i byli dla odbiorców dostawcą i wykonawcą pierwszego kontaktu. Dywersyfikujemy naszą ofertę, by jak najlepiej odpowiadać na potrzeby odbiorców i jednocześnie zwiększać zasięg działalności naszych partnerów. Kierujemy się przejrzystymi zasadami współpracy, konkurencyjnością i atrakcyjnością oferty. W relacjach z partnerami biznesowymi kładziemy nacisk na zaufanie i dokładamy starań w celu maksymalnie terminowych płatności.

Naszym obowiązkiem jest identyfikacja ryzyk związanych z łańcuchem zamówień i reagowanie na wszelkie przejawy nieuczciwego lub nieetycznego zachowania wśród klientów, partnerów i dostawców. Grupa WP nie toleruje jakichkolwiek działań korupcyjnych, bez względu na ich formę i cel. Niedopuszczalne jest zawieranie porozumień ograniczających konkurencję i nadużywanie pozycji dominującej.

Jako firma działająca w obszarze mediów i internetu czujemy się odpowiedzialni za etyczne działanie, współtworzenie, promowanie i wspieranie wysokich standardów. Naszym zadaniem jest dostarczanie milionom użytkowników rzetelnych informacji oraz zrównoważonych usług i produktów internetowych. Niezależne dziennikarstwo jest podstawą demokracji, a jej filarem powinna być swobodna i prawdziwa debata publiczna, pełny dostęp do informacji oraz walka z dezinformacją i jej negatywnymi skutkami.

Nasze priorytety

Jako firma działająca w obszarze mediów i internetu czujemy się odpowiedzialni za etyczne działanie, współtworzenie, promowanie i wspieranie wysokich standardów.

Obszary, które leżą nam szczególnie na sercu:



Edukacja

- > Jesteśmy źródłem informacji, wiedzy i inspiracji do uczenia się przez całe życie.
- > Kształtujemy postawy i umiejętności zdobywania informacji oraz jej selekcji i weryfikacji.



Ochrona środowiska

- > Jesteśmy źródłem rzetelnych informacji o zagrożeniach.
- > Wspieramy kształtowanie obywatelskich praw i obowiązków w tym zakresie.



Zdrowie

- > Zapewniamy dostęp do rzetelnej i etycznej wiedzy.
- > Budujemy świadomość w obszarze zdrowia i dbania o niego.
- > Zachęcamy do profilaktyki.



Bezpieczeństwo

- > Stawiamy na bezpieczeństwo dzieci w Internecie.
- > Aktywnie włączamy się w inicjatywy, budujące świadomość, wiedzę i umiejętności dzieci, rodziców i opiekunów.

Na tych polach chcemy być aktywni i szczególnie uważni, ufając że dzięki temu przyczynimy się do lepszej przyszłości Polski

Największą wartością w Grupie Wirtualna Polska są ludzie. Stawiamy na zaufanie, które jest kluczowym elementem naszej współpracy i podstawą naszej działalności.



Naszą **misją** jest pozostanie partnerem pierwszego wyboru Polaków. Usługi, systemy i serwisy przygotowujemy w oparciu o nowoczesne rozwiązania, które pozwalają nam na precyzyjne docieranie do poszczególnych grup odbiorców.

Wiarygodność

Dostęp do sprawdzonych informacji i usług oraz zapewnianie możliwości komunikacji.

Big data

Stałe pozyskiwanie nowej wiedzy pozwala na wyjątkowo precyzyjne profilowanie.

E-commerce

Niezawodny partner codziennych decyzji zakupowych w zróżnicowanych obszarach działalności.

Dywersyfikacja

Różnorodność podejmowanych działań zapewnia bezpieczeństwo realizacji celów Holdingu.

New business

Poszukiwanie nowych obszarów działalności. Tworzenie usług i rozwiązań z myślą o potrzebach rynku.

Akwizycje

Siła mniejszych podmiotów we wspólnym umacnianiu pozycji Holdingu wśród globalnych graczy

Reklama

Transparentne rozliczanie, innowacyjne formaty i dostarczanie rozbudowanych metryk mierzalności.

Mobile

Serwisy, usługi i rozwiązania są elastyczne i skalowalne, dostępne niezależnie od typu urządzenia.

Łańcuch wartości Grupy WP

[102-9; 102-10]

Działamy w obszarach Internetu, mediów i reklamy. Korzystamy z usług zaufanych i wieloletnich partnerów. Jako Grupa mająca w portfolio przede wszystkim usługi elektroniczne oparte o własną infrastrukturę IT nie identyfikujemy kluczowych dostawców i nie działamy w oparciu o rozbudowany łańcuch dostaw, typowy dla firm produkcyjnych. Naszym głównym zadaniem jest zapewnienie ciągłości świadczenia usług: dostępu do publikacji, materiałów audio/wideo, serwisów e-commerce oraz funkcjonowania systemu emisyjnego reklam naszych partnerów. Poniżej prezentujemy podstawowy łańcuch zapewniania usług w Grupie WP.



2. ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ

Nasza działalność odbywa się głównie w internecie i nie podejmujemy fizycznych procesów produkcyjnych oddziałujących na środowisko. Nasze biura mieszczą się w wysokowydajnych budynkach zapewniających kompleksowe rozwiązania, by jak najbardziej sprzyjać środowisku naturalnemu i komfortowi pracy oraz dobremu samopoczuciu naszych pracowników. Korzystamy ze zrównoważonej obsługi zaufanych partnerów w zakresie ochrony, odbioru odpadów, recyklingu, dostarczenia mediów. W aspekcie tym wyróżniamy troskę o środowisko naturalne oraz edukację w zakresie zmian klimatycznych.

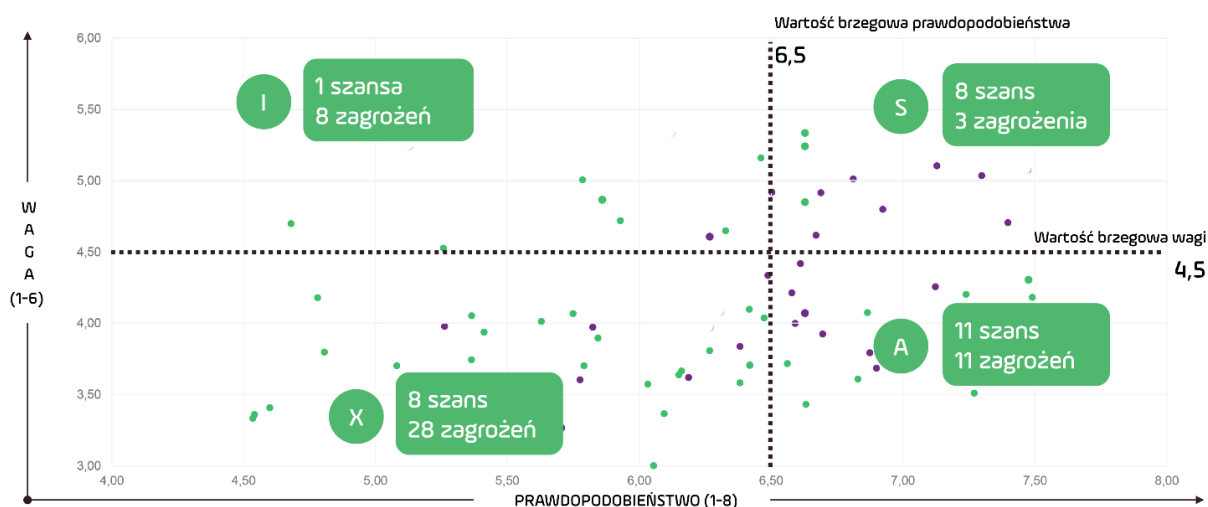
W 2020 roku przeprowadziliśmy analizę ryzyk ESG w naszej organizacji, której wyniki pomogły nam wyznaczać kierunki rozwoju. ESG (ang. Environmental, Social and Corporate Governance) dotyczy obszarów związanych z ochroną środowiska naturalnego, odpowiedzialnością społeczną i ładem korporacyjnym. To kluczowe kryteria, na które odpowiadamy jako firma dążąca do odpowiedzialnego i zrównoważonego rozwoju.

Na ich podstawie stworzyliśmy Strategię Zrównoważonego Rozwoju Grupy Wirtualna Polska.

RYZYKA DOTYCZĄCE ZAGADNIENÍ ESG

Grupa WP przeprowadziła identyfikację i analizę ryzyk ESG, czyli ryzyk oraz wynikających z nich zagrożeń i szans w zakresie zmian klimatu, zagadnień środowiska naturalnego, spraw społecznych, pracowniczych i praw człowieka. Analiza została przeprowadzona we współpracy z zewnętrzną firmą doradcą, zgodnie z metodologią AXIS® (Amplification, Seizure, eXclusion, Intensification), w czteroetapowym procesie uwzględniającym m.in. analizę porównawczą, kwestionariuszową, ilościową i jakościową. Proces ten bazuje na założeniach zgodnych z normą ISO 31000 Risk management.

Analizie poddano 35 ryzyk oraz ich potencjalnych skutków w postaci 27 szans i 51 zagrożeń dla organizacji. Po ocenie prawdopodobieństwa i wagi poszczególnych zagrożeń i szans ustalono, że istotne znaczenie dla Grupy WP ma 8 szans i 3 zagrożenia. Ponadto 12 szans i 19 zagrożeń zostało poddanych monitoringowi i zarządzaniu w uzasadnionych przypadkach.



Lista istotnych ryzyk, zagrożeń i szans dotyczących zagadnień ESG wraz ze sposobem zarządzania nimi		
Zagadnienia ładu korporacyjnego i zarządczego		
Ryzyko związane z odpornością	Szansa na sprawniejsze od konkurencji wykorzystanie możliwości rozwojowych wynikająca z wysokiej elastyczności i sprawności systemu zarządczego spółki	Prowadzimy ciągły proces optymalizacji naszych strategii i polityk wewnętrznych według założeń zrównoważonego rozwoju.
Ryzyka w łańcuchu dostaw i e-commerce	Zagrożenie związane z niewłaściwą ochroną danych osobowych klientów	Wymagamy spełniania wszelkich wymogów dotyczących ochrony danych osobowych.

Zagadnienia pracownicze		
Ryzyko zmian w strukturze zatrudnienia	Szansa związana z równością wynagrodzeń.	Realizujemy szansę dbając o zapewnianie naszym pracownikom wysokich standardów w zatrudnienie, na bieżąco monitorujemy stan równości wynagrodzeń w naszej organizacji.
	Zagrożenie utratą kluczowych pracowników oraz trudnościami w pozyskaniu nowej kadry	Przeciwdziałamy zagrożeniu dbając o utrzymanie pozycji atrakcyjnego i konkurencyjnego pracodawcy. Naszym obecnym pracownikom zapewniamy komfortowe i bezpieczne środowisko pracy, a także unikatowe szanse rozwoju.

Poza wskazanymi powyżej nie zidentyfikowano innych istotnych ryzyk niefinansowych. Identyfikowane ryzyka, zagrożenia i szanse związane ze zmianami klimatu były analizowane w ramach ich przypisania do grup ryzyk określonych w Rekomendacjach TCFD.

Ryzyko Zagrożenie/szansa Horyzont czasowy Sposób zarządzania

Ryzyka fizyczne			
Ryzyko zwiększonej siły i częstotliwości nagłych zjawisk pogodowych, takich jak huragany, deszcze nawalne lub powodzie	Zagrożenie przerwami w dostępie do energii elektrycznej	Średni-długi	Wdrażamy procedury zarządzania kryzysowego, zarządzamy naszym wpływem środowiskowym łącząc się z globalnymi wysiłkami na rzecz przeciwdziałania zmianom klimatycznym
Ryzyka transformacyjne związane z polityką i regulacjami			
Ryzyko wprowadzenia podatków, ceł lub innych opłat węglowych	Szansa na wykorzystanie popytu na produkty pomagające klientom obniżyć ich emisje gazów cieplarnianych i ślad węglowy	Krótki-średni	Ekspansja i optymalizacji naszych usług np. dostarczanie rozwiązań e-commerce

EMISJE

[102-15; 305-1; 305-2; 305-4; 305-5]

Największym źródłem emisji dwutlenku węgla firm technologicznych jest energia wykorzystywana w ich serwerowniach i centrach danych. Wiemy jak istotna jest transformacja technologiczna, dlatego w 2020 roku Wirtualna Polska wyliczyła i zmniejszyła tzw. ślad węglowy, czyli emisję gazów cieplarnianych wyrażoną w ekwiwalencie CO₂. Emisja w 2020 była o ponad 14% niższa niż w 2019 roku, m.in. dzięki optymalizacji wykonanej w serwerowniach, wprowadzeniu energooszczędnych procesów chłodzenia i wentylacji. W 2021 roku Wirtualna Polska rozpoczęła proces przechodzenia na zieloną energię, który zrealizuje w kilku etapach. Od początku 2021 roku spółka kupuje energię wyłącznie z gwarancjami pochodzenia ze źródeł odnawialnych.

Wirtualna Polska po uruchomieniu w kwietniu pierwszej, testowej farmy fotowoltaicznej przy jednej z serwerowni, kupiła dużą farmę na Dolnym Śląsku. Jej łączna moc to 3 megawaty. Zielona energia pochodząca z faktycznej, własnej produkcji niemal w połowie pokrywa już zapotrzebowanie WP na zasilanie serwerowni. To kolejny krok w realizacji strategii neutralności klimatycznej. Od 2023 roku wszystkie centra danych Wirtualnej Polski będą zeroemisyjne.

Farma fotowoltaiczna WP na Dolnym Śląsku zajmuje ponad 5 ha powierzchni. 2 lipca 2021 roku Wirtualna Polska zawarła umowę na zakup 100 proc. udziałów w projekcie.

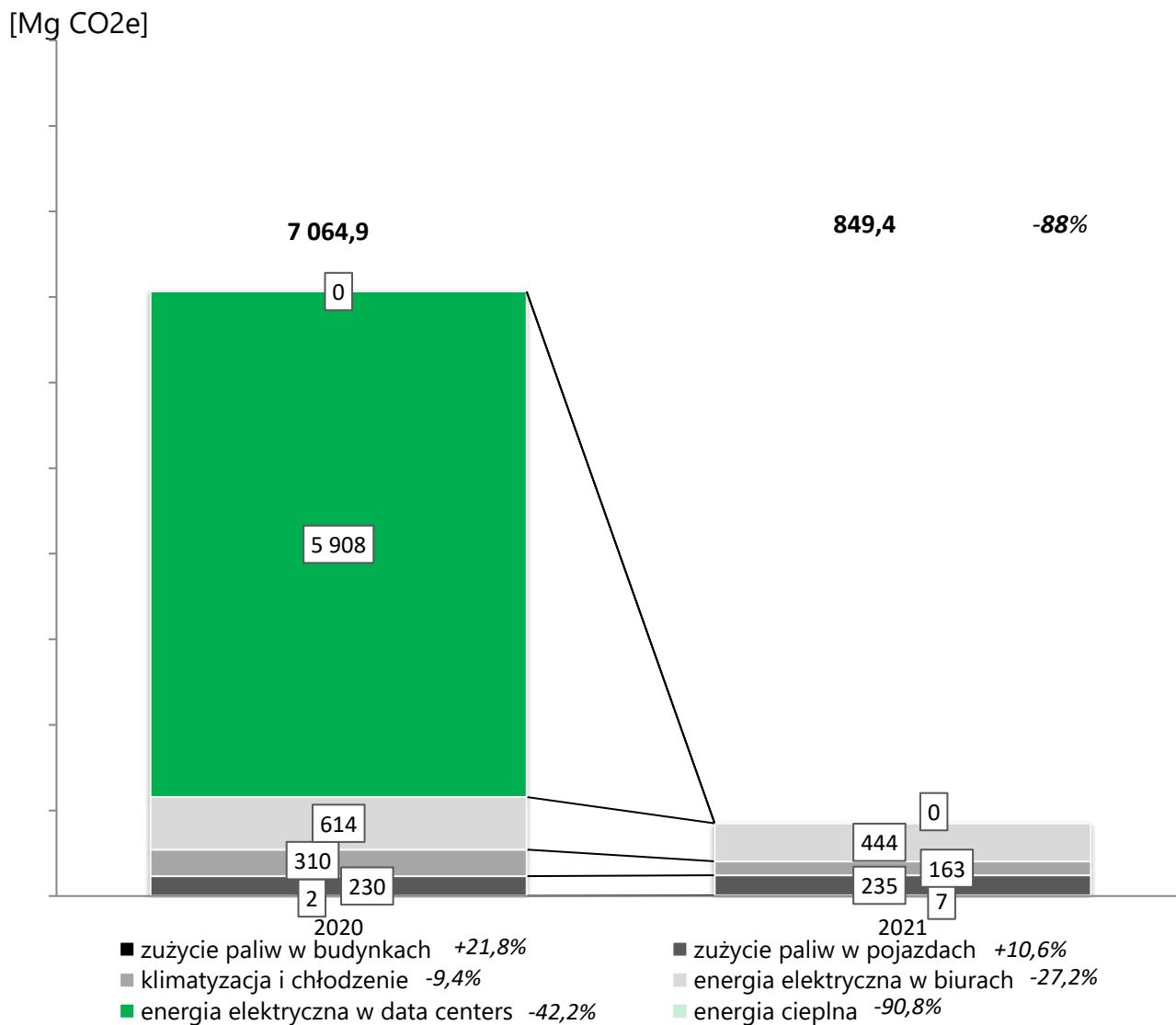
Kalkulacje emisji

Emisje gazów cieplarnianych w Grupie Wirtualna Polska są obecnie kalkulowane i monitorowane w zakresie emisji bezpośrednich (Scope 1) oraz pośrednich (Scope 2 location-based oraz market-based). Liczymy także wskaźniki intensywności emisyjnej na pracownika, na 1 mln złotych przychodów i na 1 mln złotych wyniku EBITDA. Emisje gazów cieplarnianych kalkulujemy i raportujemy zgodnie z uznanym na świecie standardem GHG Protocol (szczegóły dot. przyjętych założeń są opisane w rozdziale „O raporcie”). Wskaźniki GWP zostały zaczerpnięte z danych publikowanych przez KOBIZE oraz raportu IPCC: IPCC Fifth Assessment Report, 2014 (AR5).

Emisje gazów cieplarnianych w Grupie Wirtualna Polska Holding w latach 2019-2021

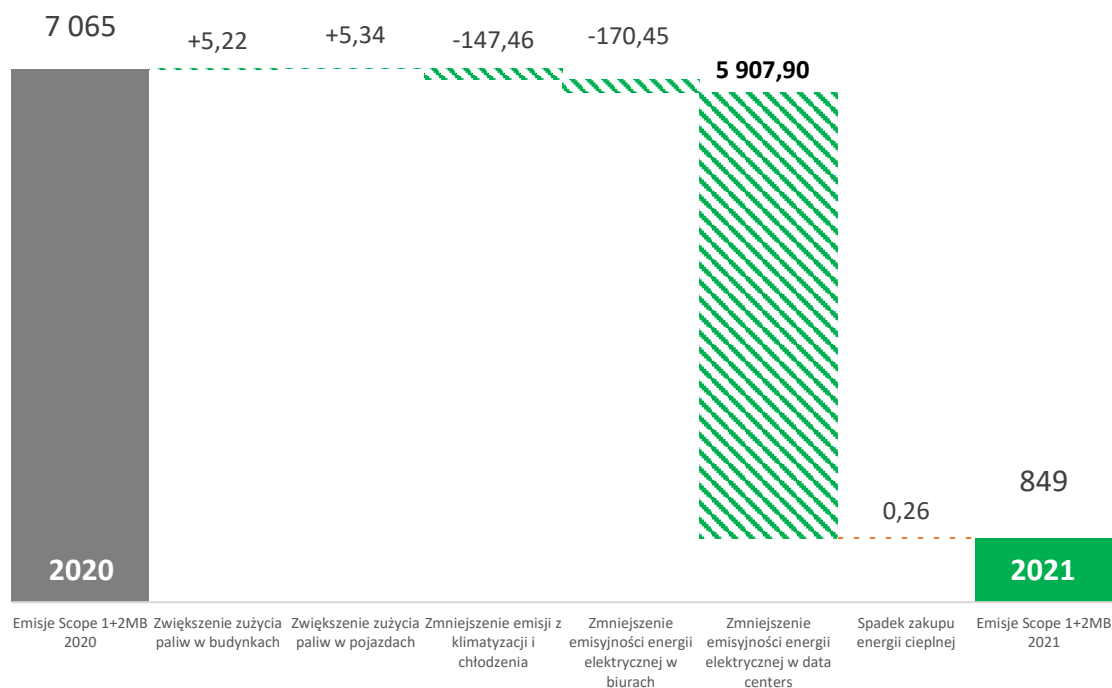
[Mg CO ₂ e, %]	2021	2020	2019
Emisje Scope 1, w tym:	405,5	542,4	729,9
zużycie paliw w budynkach	7,1	1,9	20,5
zużycie paliw w pojazdach	235,4	230,1	282,6
Klimatyzacja i chłodzenie	163,0	310,5	426,8
Emisje Scope 2 location-based	5 679,4	5 666,7	6 886,2
Emisje Scope 2 market-based, w tym:	443,9	6 522,5	7 805,2
energia elektryczna, w tym:	443,9	6 522,2	7 587,4
biura	443,9	614,3	1 068,2
data centers	0,0	5 907,9	6 519,2
energia cieplna	0,0	0,3	217,8
Łącznie emisje Scope 1+2 market-based	849,4	7 064,9	8 535,2
emisje na 1 pracownika (Mg CO ₂ e/osobę)	0,6	7,1	7,2
emisje na 1 mln złotych przychodów (Mg CO ₂ e/1 mln złotych)	1,0	12,0	14,0
emisje na 1 mln złotych EBITDA (Mg CO ₂ e/1 mln złotych)	2,7	40,8	42,2

Struktura źródeł emisji gazów cieplarnianych w latach 2020-2021



Ponad 80% emisji gazów cieplarnianych jest związanych z wytwarzaniem energii elektrycznej niezbędnej do zasilania naszych data centers. Kolejnymi kategoriami źródeł emisji jest wytwarzanie energii elektrycznej zasilającej nasze biura oraz emisje związane z czynnikami chłodniczymi w systemach klimatyzacyjnych i chłodzących; kategorie te są źródłem odpowiednio 8,4% i 4,2% emisji. Pozostałe kategorie źródeł są mniej istotne i odpowiadają łącznie za 6,8% emisji.

Czynniki zmian wysokości emisji gazów cieplarnianych w latach 2020-2021



Wskaźniki intensywności emisyjnej (jako licznika używamy wartości łącznie emisji Scope 1 + 2 market-based) obniżyły się w przypadku emisji na 1 pracownika (o 88% do poziomu 849 Mg CO₂e / osobę) i na 1 mln złotych wyniku EBITDA (do poziomu 2,7 Mg CO₂e / 1 mln złotych). W przypadku emisji na 1 mln złotych przychodów wskaźnik jest na poziomie 1 (1 Mg CO₂e / 1 mln złotych).

Emisje gazów cieplarnianych w grupie kapitałowej (łącznie emisje Scope 1 oraz Scope 2 market-based) obniżyły się w 2021 r. o 88%. Największy wpływ na to miał zakup energii elektrycznej z gwarancjami pochodzenia dla naszych data centers, gdzie zużywana jest większość nabywanej energii elektrycznej.

W 2021 roku przeprowadziliśmy inwestycje we własne, odnawialne źródła energii. Najpierw uruchomiliśmy testową farmę fotowoltaiczną przy jednej z serwerowni, następnie kupiliśmy farmę zlokalizowaną na Dolnym Śląsku. Dzięki temu produkcja zielonej energii z własnych źródeł to już 44% całkowitego zużycia energii elektrycznej przez Grupę. W kolejnych latach planujemy dalsze inwestycje w tym zakresie.

Sukcesywnie pracujemy także nad obniżeniem emisji pochodzących z użytkowania naszych powierzchni biurowych. Dodatkowo grupa kapitałowa pozyskała źródło wytwórcze OZE, które pozytywnie wpływa na otoczenie przy strukturze paliw dla Polski które wciąż utrzymuje się na bardzo wysokim poziomie: średnia emisyjność (KOBIZE) 2020: 745g/KWh 2019: 758 zmiana: -1,71%.

INICJATYWY

W 2021 roku rozpoczęliśmy ważne inwestycje proekologiczne, a także dołączyliśmy do



Global Compact Network Poland

- największej światowej inicjatywy skupiającej zrównoważony biznes. Poprzez członkostwo aktywnie uczestniczymy w realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju ustanowionych przez ONZ w ramach Agendy 2030. Dołączając do UN Global Compact zobowiązaliśmy się do przestrzegania Dziesięciu Zasad UN Global Compact w zakresie praw człowieka, standardów pracy, ochrony środowiska i przeciwdziałania korupcji.

10 zasad UN Global Compact:

Prawa człowieka

1. Popieranie i przestrzeganie praw człowieka przyjętych przez społeczność międzynarodową
2. Eliminacja wszelkich przypadków łamania praw człowieka przez firmę

Standardy pracy

3. Poszanowanie wolności stowarzyszania się
4. Eliminacja wszelkich form pracy przymusowej
5. Zniesienie pracy dzieci
6. Efektywne przeciwdziałanie dyskryminacji w sferze zatrudnienia

Ochrona środowiska naturalnego

7. Prewencyjne podejście do środowiska naturalnego
8. Podejmowanie inicjatyw mających na celu promowanie postawy odpowiedzialności ekologicznej
9. Stosowanie i rozpowszechnianie przyjaznych środowisku technologii

Przeciwdziałanie korupcji

10. Przeciwdziałanie korupcji we wszystkich formach, w tym wymuszeniom i łapówkarstwu

OBSZAR ŚRODOWISKOWY (E)

W 2021 roku w centrum naszych działań była EKOLOGIA.

Od początku 2021 roku plan przejścia na zieloną energię ogłoszony w roku poprzednim wszedł w kolejny etap. Ogłosiliśmy start nowego projektu: „WP Naturalnie”, w ramach którego przeprowadziliśmy szereg ambitnych działań.



Na Stronie Głównej WP uruchomiliśmy licznik, który pokazuje, o ile dzięki wprowadzonym zmianom spadła emisja CO2 do atmosfery, w porównaniu do 2020 roku. Dodatkowo, umożliwiliśmy użytkownikom Strony Głównej WP oraz ponad 20 naszych serwisów przełączenie się na tzw. tryb ciemny, który pozwala na oszczędność energii w urządzeniach wykorzystujących ekrany typu OLED, np. w telefonach komórkowych.



Przeprowadziliśmy ogólnopolski EkoTest – test sprawdzający wiedzę Polek i Polaków o środowisku i postępujących zmianach klimatycznych. Test składał się z trzech etapów i dotyczył takich zagadnień, jak: oszczędzanie wody, elektromobilność, gospodarka odpadami czy jakość powietrza. Rozwiązany został przez ponad 100 tys. użytkowników i zgodnie z daną obietnicą, taką kwotę przeznaczyliśmy na posadzenie lasu oraz ochronę bioróżnorodności w Polsce. Na podstawie wyników przygotowaliśmy raport z wnioskami na każdy z poruszanych obszarów.



Wirtualna Polska
wspiera akcję
GREENPEACE

W październiku posadziliśmy Las Na Zawsze Wirtualnej Polski. Nasz pierwszy las powstał we współpracy z Fundacją Las Na Zawsze, we wsi Olędy (nieдалеко Siedlec). Wspólnie posadziliśmy ponad 1600 drzew: sadzonki drzew liściastych - klonów, dębów, buków, a także krzewów. Ponadto współpraca z fundacją objęła realizację cyklu filmów edukacyjnych o lasach pt. „Dlaczego lasy są trendy?”. W każdym odcinku dziennikarz Wirtualnej Polski rozmawiał z ekspertem z fundacji o dobroczynnym wpływie lasów na zdrowie i samopoczucie człowieka, na bioróżnorodność, a co za tym idzie ogromnym wpływie na spowolnienie zmian klimatycznych.



W ramach projektu WP Naturalnie stworzyliśmy spot, poprzez który zachęcaliśmy odbiorców do aktywnych działań w obliczu zmian klimatycznych i przyszłości planety. Jeden gest nie zmienia świata, ale od jednego wszystko się zaczyna. Teraz wielkiej zmiany wymaga nasze podejście do klimatu - tak brzmiało jego główne przesłanie.

Przewodnik eko-praktyk



mójeko dom
WP naturalnie



Tematy ekologii i środowiska spotkały się z dużym zainteresowaniem pracowników. We współpracy z kilkunastoma osobami z całej organizacji stworzyliśmy „Przewodnik Eko-praktyk”, składający się z pomysłów i dobrych praktyk z ich życia codziennego, które wykorzystują, aby żyć w sposób zgodny z naturą poprzez m.in. oszczędzanie zasobów naturalnych, żywności, energii czy też dawanie drugiego życia przedmiotom.

INWESTYCJE

ZIELONA ENERGIA



Naszą największą zieloną inwestycją był zakup dużej farmy fotowoltaicznej na Dolnym Śląsku, która rocznie generuje ilość energii odpowiadającej połowie zapotrzebowania na energię własnych serwerowni. Naszym celem jest osiągnięcie zeroemisyjności i neutralności klimatycznej do 2023 roku. Od momentu przejęcia pełnej kontroli operacyjnej³ nad farmą fotowoltaiczną wytworzyła ona 1527,34 MWh czystej energii. Była to największa „zielona inwestycja” Wirtualnej Polski. Na kolejny rok zaplanowano kolejne.

6 215,5 Mg CO₂

**o tyle w 2021 roku zredukowaliśmy emisję gazów
cieplarnianych***

STRATEGIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Jesteśmy świadomi ogromnych wyzwań środowiskowych, społecznych i tych dotyczących ładu korporacyjnego. Naszym celem rozwojowym jest generowanie wyłącznie pozytywnego wpływu w każdym z obszarów ESG, a idea Zrównoważonego Rozwoju łączy dbałość o nasze otoczenie z ciągłym wzrostem gospodarczym, dlatego w 2021 roku opracowaliśmy Strategię Zrównoważonego Rozwoju spółki do roku 2025, z planem działań długoterminowych do 2030 roku. W tworzeniu jej kierowaliśmy się zestawem standardów ESG określającym miary dla organizacji świadomej i zrównoważonej, jaką chcemy pozostać. Będziemy aktywnie zarządzać naszym wpływem na środowisko i minimalizować jego negatywny wymiar. Na najbliższe lata stawiamy sobie ambitne cele dotyczące udziału zielonej energii i emisji gazów cieplarnianych. Ich realizacja zapewni, że prowadzenie naszej działalności będzie w całości „zielone”.

³ w rozumieniu wg. Definicji z metodologii GHG Protocol

* liczone w Scope 1+Scope 2 Market-based

Edukacja w zakresie zmian klimatycznych

Zdajemy sobie sprawę z wpływu na kształtowanie świadomości i postaw ekologicznego i zrównoważonego działania wśród naszych głównych interesariuszy. Wiemy, że mamy ogromny potencjał w zakresie edukacyjnym.

Bierzemy udział w projektach promujących ekologiczny styl życia, zachęcamy m.in. do świadomego zużycia energii, umiarkowania w zużyciu wody, selektywnej zbiórki odpadów, zrównoważonego transportu oraz wielu innych inicjatyw.

**852 treści edukacyjnych w 2020 roku
w tym m.in.**



553

zrównoważony
transport



105

selektywna
zbiórka odpadów



345

zmiany
klimatyczne

**Łącznie w naszych serwisach pojawiło się prawie 2500 treści
o tematyce środowiskowej.**

Troska o środowisko

Przestrzegamy przepisów prawnych w zakresie środowiska naturalnego, efektywnie wykorzystujemy zasoby naturalne i zapobiegamy zanieczyszczeniom. Energia w warszawskim i wrocławskim biurze pochodzi ze źródeł odnawialnych.

Główna siedziba Wirtualnej Polski mieści się w ekologicznym kompleksie Business Garden przy ul. Żwirki i Wigury 16 w Warszawie. Charakteryzują ją otwarte przestrzenie, zielone strefy odpoczynku, siłownia oraz klub do wspólnego spędzania czasu pracowników.

Architekci zachowali zielony charakter terenu i pomiędzy budynkami stworzyli prawdziwy park, dostępny zarówno dla pracowników, jak i mieszkańców miasta.



Business Garden to jeden z najlepszych w stolicy przykładów architektury proekologicznej. Aż 60% powierzchni kompleksu stanowią biologiczne czynne tereny zielone. Tam, gdzie było to możliwe, stworzono zielone dachy. Budynki wyposażone są w system zarządzania wodą opadową, co pozwala w całym kompleksie zaoszczędzić 6 mln litrów wody rocznie.

Warszawskie biuro Wirtualnej Polski jest wyposażone również w innowacyjny system wentylacji oparty na belkach chłodzących, dzięki czemu świeże powietrze przewyższa parametrami obowiązujące normy, a chłodzenie go nie jest konieczne przez większość roku. We wszystkich pomieszczeniach zastosowano energooszczędne oświetlenie z automatycznym systemem sterowania. Na terenie kompleksu powstały także ule, domki dla ptaków i hotele dla owadów. Wszystkie podjęte działania pozwoliły na ograniczenie emisji CO₂.

Nasze gdańskie biuro mieści się w biurowcu certyfikowanym w systemie LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) na najwyższym poziomie Platinum. Ten sam certyfikat posiada nasza warszawska siedziba. Siedziby naszych biur we Wrocławiu i Lublinie również znajdują się w proekologicznych budynkach.

certyfiakat LEED Platinum



OBSZAR SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU (S)

Społeczeństwo

[103-2; 205-3; 419-1]

Jako Grupa działająca w obszarach mediów i Internetu szczególnie czujemy odpowiedzialność za współtworzenie, promowanie i wspieranie, m.in. edukacji, zdrowia, ochrony środowiska i bezpieczeństwa dzieci. Jesteśmy firmą godną zaufania, zarówno dla pracowników i współpracowników, jak i naszych użytkowników. Podstawowe zasady w zakresie wpływania na społeczeństwo i lokalne społeczności, jakimi kierujemy się w naszej codziennej pracy przedstawiamy w politykach.

Polityka w zakresie świadczenia usług na rzecz użytkowników

- ✓ Dążymy do zapewnienia najwyższej jakości usług na rzecz użytkowników.
- ✓ Budujemy relacje z użytkownikami w oparciu o zaufanie i transparentną komunikację oraz przestrzegamy warunków zawartych umów.
- ✓ Przestrzegamy przepisów o ochronie konsumentów i nie dopuszczamy się nieuczciwych praktyk rynkowych.

Współpraca z klientami, partnerami i dostawcami oraz relacje z konkurencją

- ✓ Przestrzegamy zasad uczciwej konkurencji i zawartych umów.
- ✓ Nie współpracujemy z nieuczciwymi lub nieetycznymi klientami, partnerami i dostawcami.
- ✓ Reagujemy na wszelkie przejawy nieuczciwego lub nieetycznego zachowania wśród klientów, partnerów i dostawców w zakresie realizowanych zamówień.
- ✓ Nie tolerujemy jakichkolwiek działań korupcyjnych, bez względu na ich formę i cel.
- ✓ Nie zawieramy porozumień ograniczających konkurencję i nie nadużywamy pozycji dominującej.

Relacje ze środowiskiem lokalnym

- ✓ Czujemy się częścią społeczności, w której funkcjonujemy, przyjmujemy zobowiązania wspierające społeczność lokalną. Mamy świadomość tego, jak media wpływają na postawy i zachowania społeczne, bierzemy udział w akcjach charytatywnych, sponsorujemy wydarzenia promujące działalność dobroczynną i współpracujemy z instytucjami wspierającymi osoby znajdujące się w trudnej sytuacji życiowej.
- ✓ Pobudzamy i stymulujemy wśród pracowników postawy obywatelskie i dobroczynne zachęcając do angażowania się w wolontariat pracowniczy. Wśród pracowników chcemy budować kulturę zaufania i lojalności. Oferujemy konkurencyjną, atrakcyjną i satysfakcjonującą płacę, która spełnia zasadę niedyskryminacji. Stosujemy obowiązującą w Polsce, jednolitą dla całego kraju płacę minimalną. W 2021 roku wyniosła ona 2800 złotych brutto. Zdecydowana większość naszych pracowników (97%) otrzymuje wynagrodzenie wyższe od płacy minimalnej.

W naszej działalności nie zapominamy o tematach ważnych społecznie, mówimy o nich użytkownikom i promujemy je wśród pracowników.

Szczególną rolę w promowaniu jak najlepszych postaw odgrywamy przez codzienne informowanie, tworzenie wiedzy i stanowienie inspiracji do uczenia się przez całe życie. Naszą siłą jest również możliwość pozytywnego oddziaływania w kwestiach istotnych społecznie. Serwisy WP są źródłem rzetelnych informacji o ochronie środowiska, zdrowiu i bezpieczeństwie w sieci. W ten sposób Wirtualna Polska chce budować świadomość i przyczynić się do lepszej przyszłości Polski. Promujemy postawy proekologiczne, aktywny tryb życia, ochronę zdrowia i profilaktykę.

Medialne aspekty działalności Wirtualnej Polski

Wolność wyrażania się

Jako niezależne medium WP sprawuje kontrolną funkcję, stojąc na straży demokracji i praworządności. Na naszych łamach dziennikarze, niezależnie od przekonań politycznych, gospodarczych czy religijnych mogą bez obaw zabierać głos. Jako firma działająca w obszarze mediów i internetu czujemy się odpowiedzialni za etyczne działanie, współtworzenie, promowanie i wspieranie wysokich standardów oraz dostarczanie milionom użytkowników rzetelnych informacji.

Prawa człowieka i prawa kulturowe

Dbamy o nie na co dzień w naszej pracy dziennikarskiej. Nasi dziennikarze pracują zgodnie z zasadami Stylebooka i Guidebooka WP, w którym zadaliśmy o zapisy związane z prawami człowieka.

Wartość intelektualna

Poszanowanie wartości intelektualnej jest kluczowe w pracy każdego medium. W Wirtualnej Polsce dedykowany zespół zarządzający kontentem dba o to, by nasi kontrahenci, dzięki odpowiednim zapisom w umowach, czuli się bezpieczni. Zawsze płacimy za zamawiane treści i działamy zgodnie z normami prawa nas obowiązującymi. Nasi dziennikarze, zgodnie z wytycznymi Stylebooka i Guidebooka, dochowują należytej staranności w oznaczaniu cytowanych treści oraz źródeł informacji.

Ochrona prywatności

Pierwsza i najważniejsza zasada dla każdego dziennikarza brzmi: po pierwsze nie krzywdzić. Jasno i wyraźnie definiujemy w naszych zasadach osobę publiczną i określamy zasady ochrony prywatności.

Tworzenie treści

W ramach pracy nad jakościowym dziennikarstwem

internetowym zawsze weryfikujemy źródła informacji i unikamy fake newsów. Wiarygodność naszych treści oraz źródło pochodzenia materiałów, podobnie jak ich różnorodność i ukazywanie świata z różnych perspektyw, ma dla nas kluczowe znaczenie.

Rozpowszechnianie treści

W przypadku WP odbywa się przede wszystkim przez Stronę Główną portalu, którą zgodnie z wynikami badania Mediapanel w grudniu 2021 roku odwiedziło 13,2 mln realnych użytkowników. Ważnymi kanałami dystrybucji są dla nas też media społecznościowe oraz wyszukiwarki. WP to także Telewizja WP i radio Open FM , dzięki czemu dystrybucja naszych informacji przenika się między kanałami. Synergia ta to benefit dla naszych odbiorców.

Interakcja z odbiorcami treści

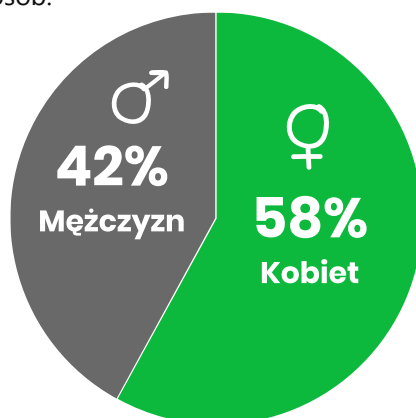
W WP dbamy o to, by być wszędzie tam, gdzie dzieją się ważne rzeczy. Użytkownicy poprzez platformę kontaktową WP #dziejesię mogą zgłaszać tematy, ważne historie, bulwersujący problem lub po prostu poinformować o lokalnym zdarzeniu. Naturalną drogą kontaktu z redakcją są też interakcje w mediach społecznościowych, czy w komentarzach na łamach naszych serwisów.

PRACOWNICY

Struktura zatrudnienia w Wirtualnej Polsce

[102-8; 401-1;401-3]

W strukturach spółek WP Holding w 2021 roku zatrudnionych na podstawie umowy o pracę na czas nieokreślony i określony było 1457 osób.



Lokalizacja	Zatrudnieni			Nowi pracownicy		
	2019	2020	2021	2019	2020	2021
Warszawa	312	319	441	74	66	99
Lublin	130	107	107	46	32	35
Wrocław	236	235	272	71	73	100
Gdańsk	434	400	462	119	61	78
Pozostałe	94	117	175	37	56	65
SUMA	1 206	1 178	1 457	347	288	377

Zdecydowana większość pracowników WP Holding jest zatrudniona w pełnym wymiarze godzin.

Wskaźnik fluktuacji obniżył się w porównaniu do 2020 roku. Biorąc pod uwagę bardzo niepewną sytuację ekonomiczną w kraju i na świecie związaną z trwającą epidemią COVID-19, postrzegamy to jako bardzo dobry wynik.

Fluktuacja zatrudnienia	2019	2020	2021
Płeć			
Kobiety	22%	24%	20%
Mężczyźni	32%	25%	16%
Grupa wiekowa			
poniżej 30 lat	30%	38%	21%
30 - 50 lat	26%	16%	18%
powyżej 50 lat	38%	10%	4%
Łącznie wszyscy pracownicy	27%	25%	19%

Wiek pracowników WP HOLDING (w 2021)

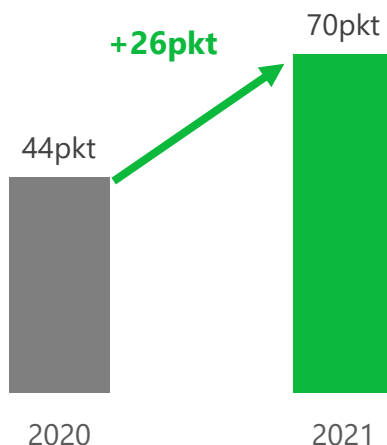
Większą część naszych pracowników stanowią osoby w wieku 30 – 50 lat. Całkowita liczba osób zatrudnionych w strukturach spółek WP Holding w podziale na grupy wiekowe kształtuje się w następujący sposób:



Zaufanie

W Grupie WP wdrożyliśmy Leadership Trust Index [LTI], który wskazuje na poziom zaufania do bezpośredniego przełożonego. Indeks zaufania przyjmuje wartości od -100 do +100. W każdej ze spółek holdingu LTI przyjmuje wartości dodatnie. Dzięki wskaźnikowi LTI każdy menedżer może podjąć decyzję, jakie podejmie działania mając na względzie wartość tego wskaźnika. Jest to forma feedbacku, która ma służyć indywidualnej pracy nad wzmocnieniem kompetencji menedżerskich i dialogu z zespołem.

LTI – Leadership Trust Index



Równość wynagrodzenia kobiet i mężczyzn

[405-1; 4-5-2; 202-1]

Dbamy, by praca wszystkich zatrudnionych była odpowiednio wynagradzana, niezależnie od płci. Ze względu na różny rozkład płci w danych grupach stanowisk, stosunek wynagrodzeń kobiet do mężczyzn w strukturach spółek WP Holding nie jest równomierny. Nie różnicujemy wynagrodzeń względem płci. Wpływ na wysokość wynagrodzeń w Grupie WP mają m.in. staż pracy, osiągnięte rezultaty i złożoność obowiązków w poszczególnych obszarach.

Do mierzenia równości wynagrodzeń w naszej firmie stosujemy między innymi wskaźnik Gender Pay Gap Ratio. Gender Pay Gap Ratio (GPGR) jest wskaźnikiem obliczanym jako wartość bezwzględna z różnicy pomiędzy stosunkiem średniego wynagrodzenia danej płci do drugiej płci a wartością 100%. GPGR jest wskaźnikiem neutralnym płciowo.

W poszczególnych grupach hierarchii stosunek wynagrodzenia kobiet do mężczyzn zatrudnionych na podstawie umowy o pracę kształtuje się następująco:

Hierarchia stanowisk	Gender Pay Gap Ratio
Wyższa kadra zarządzająca	4,70%
Menedżerowie i kierownicy	8,70%
Pozostali pracownicy	14,70%
Wszyscy pracownicy	14,10%

Wyniki dotyczą wszystkich form zatrudnienia, sposób wyliczenia Gender Pay Gap został przyjęty w następujący sposób:

(Średni wynik u CR TC mężczyzn – średni wynik CR TC u kobiet) / średni wynik CR TC u mężczyzn

Średni wynik u CR TC mężczyzn to przeciętna wartość stosunku wynagrodzenia całkowitego miesięcznego (zasadnicze oraz zmienne) wśród mężczyzn do mediany rynkowej na danym stanowisku (proporcjonalnej do wymiaru etatu).

Średni wynik CR TC u kobiet to przeciętna wartość stosunku wynagrodzenia całkowitego miesięcznego (zasadnicze oraz zmienne) wśród kobiet do mediany rynkowej na danym stanowisku (proporcjonalnej do wymiaru etatu).

Niedyskryminowanie

Naszym punktem odniesienia w realizacji zasady niedyskryminowania są międzynarodowe konwencje

Konwencja dotycząca dyskryminacji w zakresie zatrudnienia i wykonywania zawodu.



Konwencja dotycząca jednakowego wynagrodzenia dla pracujących mężczyzn i kobiet za pracę jednakowej wartości.

W Wirtualnej Polsce obowiązuje Regulamin Pracy oraz Kompas Etyki, w którym WP jako pracodawca zobowiązuje się do przeciwdziałania dyskryminacji w zatrudnieniu, w szczególności ze względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, rasę, religię, narodowość, przekonania polityczne, przynależność związkową, pochodzenie etniczne, wyznanie, orientację seksualną, a także ze względu na zatrudnienie na czas określony lub nieokreślony albo w pełnym lub w niepełnym wymiarze czasu pracy.

Grupa WP jako pracodawca równo traktuje pracowników w zakresie nawiązania i rozwiązania stosunku pracy, warunków zatrudnienia, awansowania oraz dostępu do szkoleń w celu podnoszenia kwalifikacji zawodowych. Równe traktowanie w zatrudnieniu oznacza niedyskryminowanie w jakikolwiek sposób, bezpośrednio lub pośrednio, z przyczyn określonych przez Spółkę w regulaminie pracy. Ponadto, Spółka zobowiązała się i podejmuje wszelkie działania zapewniające eliminację dyskryminowania bezpośredniego i pośredniego, które mogłyby prowadzić do różnicowania sytuacji pracowników ze względu na jedną z cech określonych powyżej.



W 2021 roku dołączyliśmy do 30 % Club - globalnej inicjatywy promującej różnorodność w biznesie. Jej celem jest zwiększenie reprezentacji kobiet na poziomie zarządu i rady nadzorczej w największych polskich spółkach giełdowych do 2030 roku. Kampania ma też na celu ustalenie progu 30% udziału kobiet we władzach spółek notowanych na giełdzie.

Wskaźnik różnorodności w organach nadzorczych w 2021 roku



PROCENTOWY UDZIAŁ KOBIEC W RADZIE NADZORCZEJ I ZARZĄDZIE

ROZWÓJ, SZKOLENIA I EMPLOYER BRANDING

[401-2]

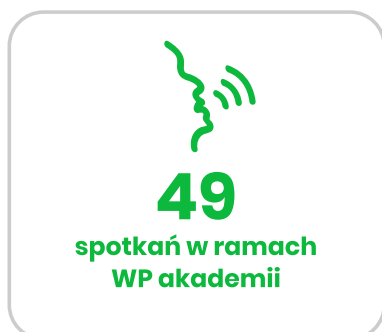
WP Akademia

W Wirtualnej Polsce działa WP Akademia, czyli strefa szkoleniowa i inspiracyjna zainicjowana przez największą spółkę - WP Media. Prelegentami są wewnętrzni eksperci, którzy dzielą się wiedzą ze swoich obszarów i zainteresowań oraz trenerzy zewnętrzni. WP Akademia powstała dla wszystkich pracowników, a jej oferta jest dopasowana do ich potrzeb.

Przykładowe realizacje w ramach WP Akademii:

- Programmatic w WP,
- Techniki prezentacji publicznej,
- Szkolenie z pakietów biurowych i prowadzenie do świata współpracy online,
- Uznanie i empatia jako sposoby lepszego rozumienia się i poznania.

W 2021 roku:



Nauka języka angielskiego

Wszyscy pracownicy WP mają możliwość doskonalenia swoich umiejętności językowych poprzez darmowy dostęp do eTutor – największej platformy do nauki języków. Umożliwia pracownikom naukę języka angielskiego i niemieckiego o dowolnej porze, w dowolnym miejscu i bez limitów.

Miesiąc różnorodności

Listopad 2021 roku ogłoszony został Miesiącem Różnorodności. Przez cały miesiąc razem z think tankiem Diversity Hub przybliżane były tematy z zakresu D&I (Diversity & Inclusion) w poszczególnych jej wymiarach, takich jak: wiek, różnorodność komunikacji, interkulturowość. W ramach Miesiąca Różnorodności odbyły się trzy webinaria poprowadzone przez ekspertów Diversity Hub, które zainteresowały około 1000 pracowników Wirtualnej Polski. Webinar I: Różnorodność w komunikacji, Webinar II: Unconscious bias – uświadom sobie to, co nieświadome, Webinar III: Pokolenia w miejscu pracy. Nagrane zostały dwa filmy dotyczące tematu różnorodności w miejscu pracy z udziałem pracowników. Pracownicy otrzymali też liczne materiały edukacyjne obejmujące wszystkie obszary różnorodności.

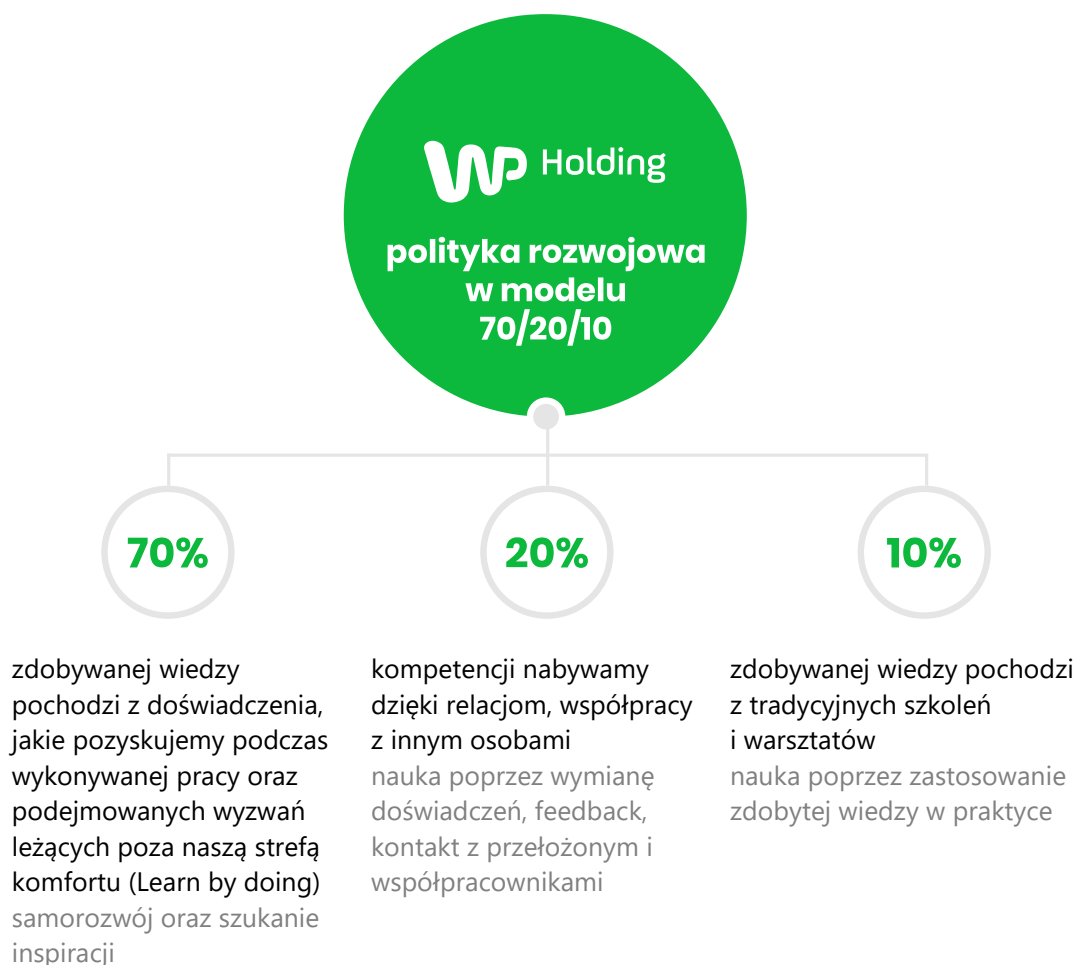
Dostęp do porad psychologicznych

Niezwykle ważny jest komfort psychiczny pracowników. W Wirtualnej Polsce wszystkie osoby, które czują potrzebę skorzystania ze wsparcia specjalisty, mogą skorzystać z konsultacji online z doświadczonymi terapeutami.

Programy rozwoju umiejętności menedżerskich i kształcenia ustawicznego

[404-2]

Nasza polityka rozwojowa opiera się o model 70/20/10, czyli:



AKCJE SPOŁECZNE

[413-1]

EKOTEST



W 2021 roku przeprowadziliśmy ogólnopolski test poświęcony ekologii. Celem badania było zebranie informacji o wiedzy Polaków nt. ochrony środowiska. Za każdy wypełniony test przeznacziliśmy 1 złotych na sadzenie lasu. Projekt przeprowadziliśmy razem z Fundacją Czyste Powietrze, która działa na rzecz budowania świadomości ekologicznej w Polsce. Ankieta dostępna była na dedykowanej stronie internetowej i dotyczyła takich zagadnień, jak: oszczędzanie wody, elektromobilność, gospodarka odpadami czy jakość powietrza. Po zebraniu i przeanalizowaniu odpowiedzi przygotowany został raport, który został udostępniony na stronie internetowej. Badanie było objęte patronatem: Ministerstwa Klimatu i Środowiska, Narodowego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej, Fundacji Pozytywnych Idei oraz Fundacji Las na Zawsze.

#ZDĄŻYSZ



Wirtualna Polska przeprowadziła akcję pt. „#Zdążysz?“, której celem była promocja szczepień. W kampanii wzięły udział osoby, które przez pandemię COVID-19 straciły najbliższych. W obliczu kolejnej fali pandemii i niechęci do szczepień opowiadały swoje historie i zadały Polakom jedno, ważne pytanie - #Zdążysz? Pod tym hasłem były też publikowane wideoreportaże o każdym z bohaterów spotu. Kampanię przygotowywała redakcja WP abcZdrowie.

LICZNIK DLA KLIMATU



"Licznik dla klimatu" to wspólna inicjatywa Greenpeace i polskich mediów. Wierzymy, że w Polsce nadszedł czas na poważną debatę o ochronie klimatu i odejściu od węgla. Węgiel jest zdecydowanie największym źródłem emisji gazów cieplarnianych w naszym kraju. Dlatego w czasie trwającego w Glasgow szczytu klimatycznego COP26 apelowaliśmy do rządzących o jak najszybsze zainicjowanie prac nad planem odejścia Polski od węgla i stworzenie kompleksowej polityki klimatycznej Polski.

TRASH CHALLENGE



Dwa kontenery pełne śmieci – tyle odpadów zalegających w lasach na warszawskiej Białołęce udało się posprzątać zespołowi WP Pilot. W ruinach budynku przy Trasie Mostu Północnego u zbiegu ulic Liczydło i Powatów posprząkali oni „dzikie wysypisko”.

ADOPTUJ ŚWIADOMIE



Redakcja serwisu Pudelek z okazji Dnia Kundelka po raz kolejny przeprowadziła akcję #AdoptujŚwiadomie. We współpracy z Fundacją Azyl pod Psim Aniołem dziennikarze pomagali znaleźć nowe domy dla Poppy, Eneja, Siby, Ellis, Kaziutka i Lilki. Psy pod okiem specjalistów z Doggy Dog Space przeszły niesamowite metamorfozy i wzięły udział w sesji zdjęciowej. Aby pomóc znaleźć im nowy dom, redakcja Pudelka zapewniła psom metamorfozę oraz profesjonalną sesję zdjęciową. Dzięki akcji wszystkie psy trafiły do nowych domów.

START W DOBRYM STYLU DOMODI

GRUPA DOMODI



Start w dobrym stylu!

Akcja CSR Grupy Domodi

Celem akcji była pomoc podopiecznym wrocławskiej Fundacji DOM Dbamy o Młodych w wejściu na rynek pracy. W ramach projektu we wrześniu Grupa DOMODI przeprowadziła cykl spotkań dla młodzieży w wieku 17-19 lat, podczas których odbyły się warsztaty i prelekcje dotyczące zagadnień związanych z pierwszą pracą. Wykłady i szkolenia poprowadzili eksperci z Grupy DOMODI specjalizujący się w różnych dziedzinach - od HRu, przez kreowanie wizerunku, social media po IT, finanse czy księgowość etc. Dzięki temu uczestnicy akcji otrzymali wiedzę oraz umiejętności potrzebne do wejścia na rynek pracy.

Wsparcie innych inicjatyw

W Wirtualnej Polsce wiemy, że technologia ma moc rozwiązywania wielu problemów społecznych. Dzielimy się wiedzą, wspieramy ważne wydarzenia kulturalne i sportowe, pomagamy potrzebującym wykorzystując nasze szerokie zasięgi dotarcia z informacjami. W 2021 roku na nasze działania w poniższych obszarach przeznaczyliśmy środki finansowe i świadczenia o wartości ponad 14 milionów złotych.

- ✓ Wsparcie kultury – 8,5 mln
- ✓ Ważne wydarzenia sportowe – 5,5 mln
- ✓ Akcje charytatywne i pomocowe – 30 tys.

W ramach wspierania kultury współpracowaliśmy na zasadach partnerskich z **Fundacją Wisławy Szymborskiej** – zapewnialiśmy transmisję gali na żywo na Stronie Głównej wp.pl.

Byliśmy sponsorem kategorii Kultura Cyfrowa w rozdaniu prestiżowych nagród **Paszporty Polityki**. Patronowaliśmy **Nagrodę Lesława A. Pagi**. Współpracowaliśmy z organizatorami licznych konferencji - **Szczyt Klimatyczny, Impact, Kongres 590, Polska Moc Biznesu, Efni, Infoshare, Elektromobilni**.

Serwis Money.pl objął partnerstwem akcję społeczną „**Otwarty Dzień Notariatu**”.

Użytkownicy Wirtualnej Polski przyznawali nagrodę publiczności w ramach współpracy WP z **Festiwałem Filmowym Orły**. Byliśmy także partnerem najbardziej rozpoznawalnego festiwalu filmowego **Camerimage**.

Angażowaliśmy się w liczne partnerstwa sportowe, w tym te najważniejsze, jak kooperacja z **Polskim Komitetem Olimpijskim** - Igrzyska w Tokio (2021) i Pekinie (2022). Byliśmy partnerem Polskiej Reprezentacji. Podczas wydarzeń działała dedykowana Sekcja Olimpijska w naszym największym serwisie sportowym - WP SportoweFakty. Umowa obejmowała także relacje dziennikarskie redakcji, współorganizację konferencji prasowej „100 dni do Tokio”. Na Stronie Głównej pojawił się dedykowany wydarzeniu doodle. Dodatkowym działaniem było stworzenie wyjątkowego, ekologicznego muralu w centrum Warszawy, promującego igrzyska.

WP SportoweFakty były **Partnerem Reprezentacji Polski w Żużlu, Partnerem Ekstraligi i I. Ligi Żużlowej**. Podczas wydarzeń w serwisie sportowym WP pojawiła się dedykowana sekcja, uruchomiona była także promocja redakcyjna, banerowa i w kanałach social media.

Wirtualna Polska była także **Partnerem Polskiego Związku Piłki Siatkowej** oraz największych federacji sportów walki w Polsce - **KSW, FEN, MMA POLSKA**.

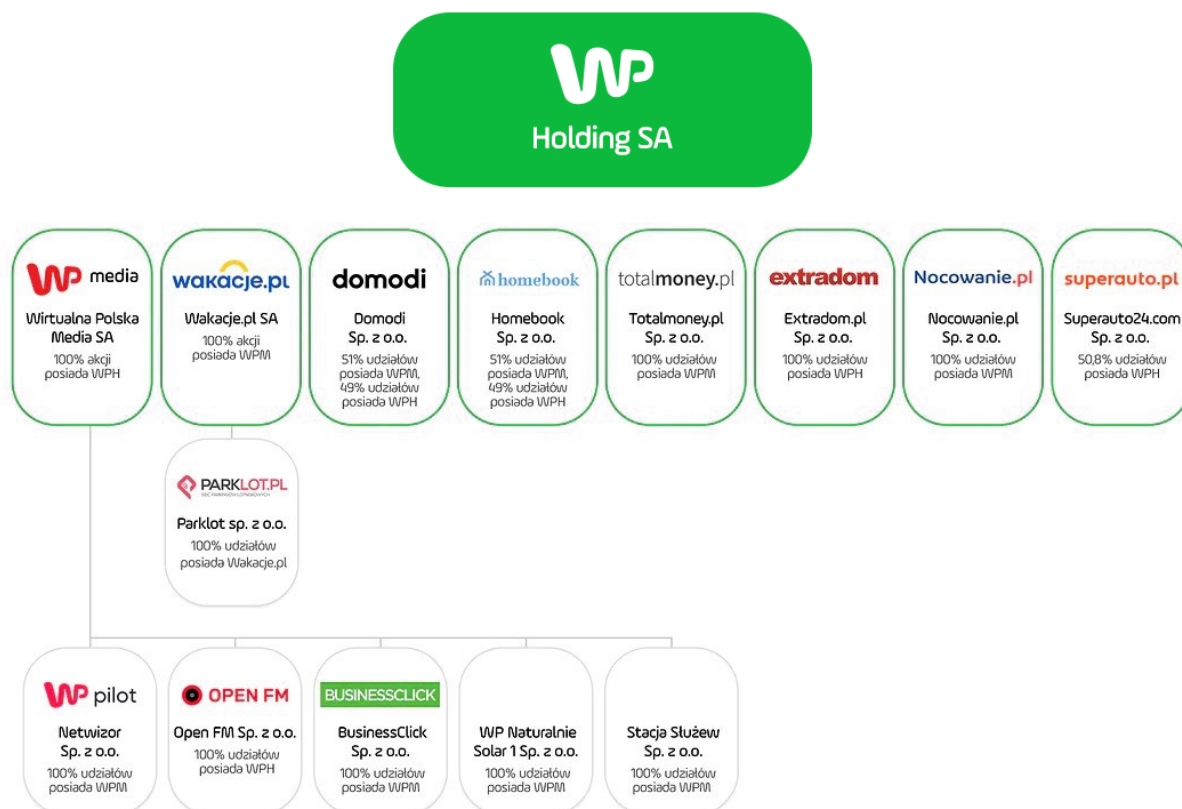
Dodatkowo wspieraliśmy akcje społeczne i edukacyjne. Serwis Money.pl był patronem akcji społecznej „**Otwarty Dzień Notariatu**” - promocja darmowych porad notarialnych, serwis WP Kobieta współdziałał z fundacją Kwiat Kobiecości – „**Piękna, bo zdrowa**” w ramach akcji promującej profilaktykę raka szyjki macicy i „**Diagnostyka Jajnika**” profilaktykę raka jajnika.

Nasze spółki działały charytatywnie na rzecz m.in. fundacji Everet, schroniska Pegasus, Szlachetnej Paczki, „pozytywnie.com” – pokój życzliwości, a także przeznaczały środki na schroniska dla zwierząt i pomoc osobom potrzebującym.

OBSZAR ŁADU KORPORACYJNEGO (G)

[102-45]

Na dzień 31.12.2021 roku oraz na dzień przekazania niniejszego raportu do publikacji struktura Grupy Wirtualna Polska Holding wyglądała następująco:



Spółki z Grupy Kapitałowej Wirtualna Polska Holding SA posiadają również akcje/udziały mniejszościowe w następujących podmiotach:



Najważniejsze zmiany:

Spółka WP Zarządzanie połączyła się z Wirtualną Polską Media poprzez przeniesienie na spółkę WPM S.A. majątek spółki WPZ sp. Z o.o., jako spółki przejmowanej. Do wachlarza spółek Holdingu dołączyły WP Naturalnie, Stacja Służew oraz Modern Commerce w udziale mniejszościowym.

Wirtualna Polska wykupiła całość udziałów w spółce Nocowanie.pl. Pierwotnie do WP należało 51% udziałów, przez ostatnie lata na podstawie zapisów umowy inwestycyjnej Wirtualna Polska nabyła pozostałe 49%.



Jacek Świdorski
CEO



Elżbieta Bujniewicz-Belka
CFO



Michał Brański
CSO



Krzysztof Sierota
CTO

W 2021 roku nie doszło do zmian w strukturze zarządu.

Obowiązki zarządu

kieruje działalnością Spółki,
zarządza jej majątkiem

reprezentuje Spółkę

podejmuje decyzje we wszystkich
sprawach niezastrzeżonych przez
postanowienia Statutu
lub przepisy prawa do wyłącznej
kompetencji Rady Nadzorczej
lub Walnego Zgromadzenia

Zarząd

wszyscy jego członkowie
są obowiązani i uprawnieni
do wspólnego prowadzenia
spraw Spółki

działa na podstawie
Regulaminu Zarządu

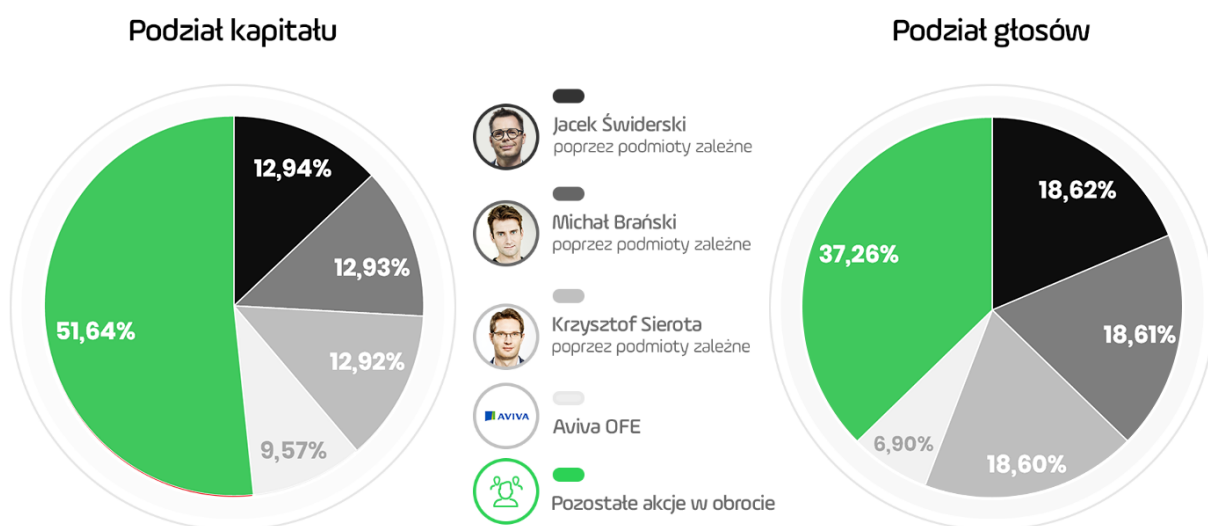
powoływany jest na okres
trzyletniej, wspólnej kadencji

Elżbieta Bujniewicz-Belka, CFO Grupy Wirtualna Polska, odpowiada za obszar zrównoważonego rozwoju spółki oraz zagadnienia związane z diversity&inclusion.

Właściciele oraz forma prawna WP

[102-5]

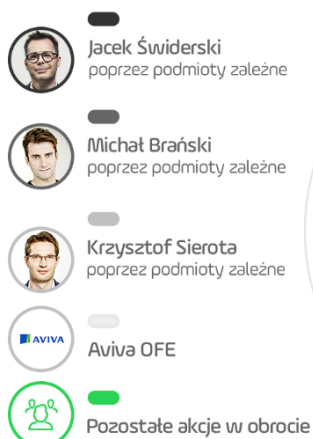
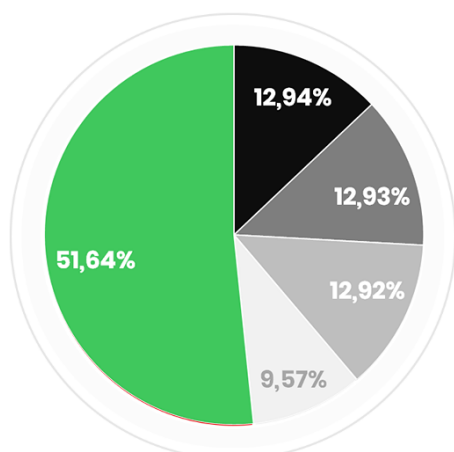
Wirtualna Polska Holding S.A. to spółka akcyjna notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie. Na 31 grudnia 2021 roku struktura kapitału podstawowego Spółki Dominującej przedstawiała się następująco:



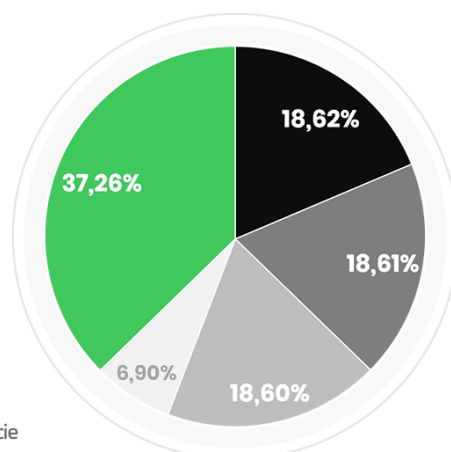
Akcjonariusz	Liczba akcji	% kapitału	Liczba głosów	% głosów
Jacek Świdorski poprzez m.in.: Orfe S.A.	3 785 667	12,94%	7 548 904	18,62%
Michał Brański poprzez m.in.: 10X S.A.	3 781 416	12,93%	7 544 652	18,61%
Krzysztof Sierota poprzez m.in.: Albemuth Inwestycje S.A.	3 777 164	12,92%	7 540 400	18,60%
Łącznie Założyciele *[1]	11 344 247	38,79%	22 633 956	55,84%
AVIVA OFE	2 799 000	9,57%	2 799 000	6,90%
Pozostali	15 102 955	51,64%	15 102 955	37,26%
Razem	29 246 202	100,00%	40 535 911	100,00%

Na dzień publikacji niniejszego raportu struktura akcjonariuszy posiadających bezpośrednio lub pośrednio przez podmioty zależne co najmniej 5% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki przedstawia się następująco:

Podział kapitału



Podział głosów



Pełne informacje w zakresie funkcjonowania Zarządu dostępne są w Statucie Wirtualna Polska Holding S.A. pod adresem: [http:// https://holding.wp.pl/inwestor/statut](http://https://holding.wp.pl/inwestor/statut)

Rada nadzorcza

[102-22; 102-23; 102-24]

Rada Nadzorcza sprawuje stały nadzór nad działalnością Wirtualna Polska Holding SA we wszystkich dziedzinach jej działalności.

Struktura rady nadzorczej:

Piotr Walter

Przewodniczący Rady Nadzorczej

Witold Woźniak

Członek Rady Nadzorczej

Aleksander Wilewski

Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej
Przewodniczący Komitetu Audytu

Beata Barwińska-Piotrowska

Członek Rady Nadzorczej

Mariusz Jarzębowski

Członek Rady Nadzorczej spełniający
kryterium niezależności
Członek Komitetu Audytu

Katarzyna Beuch

Członek Rady Nadzorczej spełniający
kryterium niezależności
Członek Komitetu Audytu

Grzegorz Konieczny

Członek Rady Nadzorczej spełniający kryteria
niezależności

Obowiązki rady nadzorczej



- zarówno w odniesieniu do Spółki, jak i jej podmiotu zależnego, zawieranie umów o pracę, umów zlecenia, umów o świadczenie usług (lub innych umów o podobnym charakterze), których kwota rocznego wynagrodzenia przekracza 1,2 mln złotych (łącznie z maksymalnym możliwym do wypłaty poziomem premii na podstawie takiej umowy);
- wyrażanie zgody na zawarcie przez Spółkę lub którykolwiek jej Podmiot Zależny umowy powodującej powstanie skonsolidowanego zadłużenia finansowego przekraczającego 3,5-krotność EBITDA z zastrzeżeniem, iż wartość takiej umowy przekracza kwotę 50 mln złotych;
- opiniowanie wieloletnich programów rozwoju Spółki i rocznych planów finansowych spółki;
- rozpatrywanie i opiniowanie spraw mających być przedmiotem uchwał Walnego Zgromadzenia;
- wybór lub zmiana podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych Spółki oraz do przeprowadzenia czynności rewizji finansowej Spółki;
- powoływanie i odwoływanie członków Zarządu zgodnie z wnioskiem Prezesa Zarządu;
- ustalanie liczby członków Zarządu zgodnie z wnioskiem Prezesa Zarządu;
- ustalanie Regulaminu Rady Nadzorczej i Regulaminu Zarządu;
- wyrażenie zgody na zawarcie przez Spółkę istotnej transakcji z podmiotem powiązany, z wyłączeniem transakcji typowych, zawieranych na warunkach rynkowych w ramach prowadzonej działalności operacyjnej przez Spółkę z podmiotem zależnym, w którym Spółka posiada większościowy udział kapitałowy;
- ustalanie wynagrodzeń osób pełniących funkcje Prezesa Zarządu i pozostałych Członków Zarządu Spółki.

Najważniejszą zmianą w 2021 roku było objęcie roli Przewodniczącego Rady Nadzorczej przez Piotra Waltera, który spełnia kryterium niezależności.

Zapobieganie korupcji

[205-1]

W celu przeciwdziałania korupcji realizujemy spójną politykę zatrudniania i wynagradzania. Spółka wdrożyła kodeks identyfikujący priorytetowe obszary etyki.

Zasady prowadzenia sprzedaży usług oraz relacje w łańcuchu dostaw mają na celu określenie jednolitych i przejrzystych standardów wyłączających przypadki korupcji. Grupa WP wprowadziła procedury ewidencjonowania łańcucha dostaw oraz procesu sprzedaży.

W Grupie WP dbamy, by nasi pracownicy i współpracownicy powstrzymywali się od podejmowania jakichkolwiek czynności, które mogłyby spowodować wystąpienie konfliktu interesów. Stosujemy politykę zerowej tolerancji wobec korupcji w odniesieniu do wszystkich aspektów działalności. Konflikt interesów występuje wtedy, gdy na podjęcie decyzji może mieć wpływ interes osobisty, a przy tym stoi to w sprzeczności z interesem Grupy WP.

Niedopuszczalne jest w szczególności:

- ✓ Korupcyjne wykorzystywanie możliwości biznesowych uzyskanych dzięki zatrudnieniu w Grupie WP lub współpracy z Grupą WP.
- ✓ Podejmowanie decyzji lub wpływanie na proces podejmowania decyzji o nawiązaniu przez Grupę WP współpracy w oparciu o korupcyjne kryteria.
- ✓ Uzyskiwanie jakichkolwiek korzyści osobistych z tytułu transakcji przeprowadzanych przez Grupę WP.
- ✓ Przyjmowanie i oferowanie przez pracowników i współpracowników prezentów, upominków, gratyfikacji finansowych od lub na rzecz klientów, partnerów lub dostawców, w związku lub przy okazji pracy lub współpracy z Grupą WP (nie dotyczy różnego rodzaju drobnych upominków okazyjnych i świątecznych).

Wyjątkiem od powyższych zasad jest okazjonalne przyjmowanie drobnych upominków (innych niż pieniądze), o niskiej wartości, które w przyjętej ogólnie praktyce nie wykraczają poza ramy uczciwości biznesowej. Dopuszczalne są także spotkania w formie biznesowych posiłków lub konferencji i spotkań wyjazdowych.

Wszelkie zaobserwowane nieprawidłowości czy obawy dotyczące działań, które mogą stać w sprzeczności z Kompasem Etyki i prowadzić do zachowań korupcyjnych powinny być zgłaszane do przełożonych.

Jasno wskazujemy pracownikom, iż w przypadku jakichkolwiek wątpliwości, co do tego czy dane zachowanie może oznaczać korupcję zobowiązani są odmówić przyjęcia prezentu, upominku czy innej formy gratyfikacji, mogą też zawsze zwrócić się o poradę i opinię.

Przeciwko Grupie WP ani jej pracownikom nie toczyły się żadne sprawy sądowe oraz nie zapadł żaden wyrok sądu dotyczący korupcji w okresie objętym raportowaniem.

Zgodność z regulacjami w zakresie oddziaływania na społeczeństwo i mechanizmy skargowe

Stopień przestrzegania przez Grupę WP regulacji wskazuje na zdolność zarządzania działalnością w taki sposób, aby minimalizować niezgodności i naruszenia oraz ryzyko w postaci potencjalnych kar lub pośrednio w postaci wpływu na reputację.

W Grupie WP nie wystąpiły przypadki niezgodności z przepisami lub regulacjami dotyczącymi dostarczania i użytkowania produktów i usług powodujące nałożenie na jakąkolwiek spółkę z Grupy WP sankcji pozafinansowych.

Kwestie wpływu organizacji na społeczeństwo w wyniku działań podejmowanych przez samą organizację oraz w relacji z innymi podmiotami mogą wywoływać spory. Skuteczne mechanizmy skargowe odgrywają ważną rolę w naprawianiu skutków negatywnego wpływu na społeczeństwo.

Charakter oddziaływania

Charakter społecznego zaangażowania i oddziaływania Grupy WP na społeczeństwo, a w szczególności istota świadczonych przez spółki z Grupy WP usług, jakimi są usługi dotyczące społeczeństwa informacyjnego, usługi informacyjne, usługi e-commerce i inne świadczone drogą elektroniczną czasem prowadzą do typowej dla tych kanałów krytyki, obraźliwych komentarzy, czy tzw. nienawiści w Internecie. Grupa WP przyjmuje skargi w zakresie wpływu na społeczeństwo bezpośrednimi kanałami komunikacji, takimi jak elektroniczne formularze udostępnione na stronach internetowych, w tym pod adresem pomoc.wp.pl, a ponadto pocztą elektroniczną oraz telefonicznie przez Biuro Obsługi Klientów. W zakresie aspektów związanych z ochroną danych osobowych użytkowników skargi przyjmuje powołany Inspektor Ochrony Danych Osobowych poprzez dedykowaną skrzynkę e-mailową oraz formularz zgłoszeniowy pod adresem http://onas.wp.pl/formularz_rod.html.

Kluczowe kwestie i zagadnienia zgłoszone w 2021 roku wymieniono w rozdziale „Interesariusze Wirtualnej Polski”.

Spółka prowadzi politykę programową, która za główny cel stawia rzetelne relacjonowanie wydarzeń, tłumaczenie ich rangi i znaczenia oraz doradzanie internautom w codziennych wyborach konsumenckich. W celu realizacji odpowiedzialnej społecznie polityki redakcyjnej tematy podejmowane na stronach internetowych serwisów WP nie mogą godzić w uczucia religijne, propagować przemocy, używania środków odurzających, nie mogą nawoływać do jakichkolwiek form nienawiści i nietolerancji. Spółka podejmuje działania mające na celu eliminację niepożądanych społecznie zachowań użytkowników poprzez wprowadzanie właściwych regulaminów, polityk i mechanizmów umożliwiających przekazywanie zgłoszeń o zachowaniach społecznie niepożądanych.

Zgodność z regulacjami w zakresie odpowiedzialności za produkty i usługi

Stopień przestrzegania regulacji przez Grupę WP wskazuje na zdolność zarządzania działalnością w taki sposób, aby minimalizować niezgodności i naruszenia oraz ryzyko w postaci potencjalnych kar lub pośrednio w postaci wpływu na reputację.

W Grupie nie wystąpiły przypadki niezgodności z przepisami lub regulacjami dotyczącymi dostarczania i użytkowania produktów i usług powodujące nałożenie na jakąkolwiek spółkę z Grupy WP sankcji pozafinansowych. Na Grupę WP nie nałożono istotnych kar finansowych.

Kompas etyki

Kompas Etyki to kodeks etyki w Wirtualnej Polsce. Zawiera normy postępowania, którymi powinniśmy kierować się w naszej codziennej pracy. Zasady te mają wspierać nas w przestrzeganiu uczciwych reguł współpracy i pomagać w budowaniu przyjaznego środowiska pracy, co z kolei stwarza warunki do właściwego rozwoju zawodowego.

Pracownicy mają obowiązek reagować na wszelkie praktyki i działania niezgodne z Kompasem i wewnętrznymi regulacjami obowiązującymi w Grupie lub obowiązującym prawem.

Zgłoszenia naruszeń zasad Kompas Etyki przyjmujemy w formie mailowej, telefonicznej oraz osobiście poprzez kontakt z Rzecznikiem Etyki lub bezpośrednim przełożonym.

Kodeks etyki dziennikarskiej

Zobowiązaniem Wirtualnej Polski jest dostarczanie rzetelnej informacji. Dziennikarze codziennie wpływają na naszych czytelników. Nasze materiały opisują ich problemy, kształtują opinie, inspirują przy podejmowaniu decyzji w życiu prywatnym, zawodowymi społecznym. Dlatego interes i komfort użytkownika powinien zawsze znajdować się w centrum naszego zainteresowania. Wierzymy, że przestrzeganie poniższych zasad pomoże nam realizować ten cel.

Sygnalista

[406-1; 205-2]

W Wirtualnej Polsce priorytetem jest dobro pracowników i współpracowników, dbanie o partnerskie relacje, wzajemny szacunek i kulturę organizacyjną. Chcemy, aby współpraca odbywała się w oparciu o zasady etyki i w zgodzie z normami społecznymi. Dlatego w naszej największej spółce – Wirtualna Polska Media - wdrożyliśmy procedurę **przeciwdziałania oraz zapobiegania niepożądanym zachowaniom o nazwie „Sygnalista”**. Określa ona zachowania sprzeczne z zasadami obowiązującymi w organizacji. W pozostałych spółkach trwają prace nad jej wdrożeniem.

Wszyscy pracownicy i współpracownicy zobowiązani są do przestrzegania zasad w niej zawartych. Dokument ten jest komplementarny do Kompas Etyki i został sporządzony w języku polskim, używanym przez 100% pracowników spółki.

Do zasad sprzecznych z zasadami obowiązującymi w Wirtualnej Polsce uznaje się w szczególności:

- ✘ krzyki, wyzwiska, groźby
- ✘ przydzielanie zadań niemożliwych do wykonania, zbyt trudnych lub pozbawionych sensu
- ✘ obmawianie lub rozsiewanie plotek
- ✘ korupcja, nepotyzm działania na szkodę firmy
- ✘ molestowanie - czyli zachowanie mające na celu naruszenie godności drugiej osoby
- ✘ molestowanie seksualne będące

- ✘ uporczywe i ciągłe nieuzasadnione krytykowanie pomysłów, projektów, kompetencji, szczególnie na forum publicznym
 - ✘ nieuzasadnione izolowanie od informacji i kontaktów z innymi pracownikami lub współpracownikami
 - ✘ dyskryminacja bezpośrednia, czyli niekorzystne traktowanie pracownika lub współpracownika ze względu na np. płeć, wiek, wygląd, poglądy.
- przejawem dyskryminowania ze względu na płeć. Istotne jest, że molestowanie dotyczy nie tylko sfery cielesnej, ale także werbalnej (propozycje seksualne, niewybredne żarty) i niewerbalne (gesty, ruchy)



Prawo zgłoszenia niepożądanych zachowań przysługuje każdemu



Zgłoszenie może być dokonane anonimowo



Wirtualna Polska ma obowiązek podjąć działania w każdym przypadku otrzymania zgłoszenia

Każdemu pracownikowi i współpracownikowi przysługuje prawo złożenia zgłoszenia dotyczącego zachowań niepożądanych wobec niego lub wobec innych osób. Zgłoszenie może zostać dokonane również anonimowo.

- ✓ do HR Biznes Partnera
- ✓ do dowolnego członka Rady Pracowników lub pod e-mail: radapracownikow@grupawp.pl
- ✓ do bezpośredniego przełożonego lub Dyrektora Pionu
- ✓ pod adres kodeksetyki@grupawp.pl
- ✓ do Zarządu Wirtualna Polska Holding S.A - adres e-mail: sygnalista_zz_wph@grupawp.pl,
- ✓ do Rady Nadzorczej Wirtualna Polska Holding S.A. - adres e-mail: sygnalista_rn_wph@grupawp.pl

W Wirtualnej Polsce zabrania się jakiegokolwiek dyskryminacji ze względu na płeć, której celem lub skutkiem jest naruszenie godności lub poniżenie albo upokorzenie pracownika (molestowanie seksualne).

W Grupie zabrania się także wszelkich form mobbingu rozumianego jako działania lub zachowania dotyczące pracownika lub skierowanego przeciwko pracownikowi, polegającego na uporczywym i długotrwałym nękananiu lub zastraszaniu pracownika, wywołującego u niego zaniżoną ocenę przydatności zawodowej, powodującego lub mającego na celu poniżenie lub ośmieszenie pracownika, izolowanie go lub wyeliminowanie z zespołu współpracowników. Każdy pracownik i współpracownik ma obowiązek ukończenia szkolenia z Przeciwdziałania mobbingowi i dyskryminacji w miejscu pracy.

W całym 2021 roku wpłynęły trzy zgłoszenia dotyczące mobbingu. W przypadku jednego z nich komisja badająca zgłoszenia potwierdziła nieprawidłowości i zarekomendowała zakończenie współpracy, co stało się niezwłocznie.

Zasady ładu korporacyjnego, którym podlega spółka

W 2021 roku Spółka podlegała zbiorowi zasad ładu korporacyjnego zebranemu w dokumencie Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2016, będącym załącznikiem do Uchwały Nr 26/1413/2015 Rady Nadzorczej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 13 października 2015 roku – w okresie od dnia 1 stycznia 2021 r. do dnia 30 czerwca 2021 r. oraz zbiorowi zasad ładu korporacyjnego zebranemu w

dokumencie Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2021, będącym załącznikiem do Uchwały Nr 13/1834/2021 Rady Nadzorczej Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 29 marca 2021 roku w okresie od dnia 1 lipca 2021 r. do dnia 31 stycznia 2021 r. oraz do dnia publikacji niniejszego raportu. Dokument ten przygotowany został przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie i udostępniony w siedzibie Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie oraz na specjalnej stronie Internetowej poświęconej zagadnieniom ładu korporacyjnego pod adresem: <https://www.gpw.pl/dobre-praktyki>. Pierwszy raport w sprawie stanu stosowania Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2021 został przekazany przez Spółkę zgodnie z wytycznymi do końca lipca 2021 r.

INFORMACJA O STOSOWANIU ZASAD ŁADU KORPORACYJNEGO

Spółka dąży do zapewnienia jak największej transparentności swoich działań, należytej jakości komunikacji z inwestorami oraz ochrony praw akcjonariuszy, także w kwestiach nieregulowanych przez prawo. W związku z tym Spółka podejmuje niezbędne działania w celu najpełniejszego przestrzegania zasad zawartych w „Dobrych Praktykach Spółek Notowanych na GPW 2021”. Na dzień publikacji niniejszego raportu Spółka stosuje zasady Dobrych Praktyk, dla których stosuje się regułę „comply or explain” z wyłączeniem poniższych zasad:

1.4. W celu zapewnienia należytej komunikacji z interesariuszami, w zakresie przyjętej strategii biznesowej spółka zamieszcza na swojej stronie internetowej informacje na temat założeń posiadanej strategii, mierzalnych celów, w tym zwłaszcza celów długoterminowych, planowanych działań oraz postępów w jej realizacji, określonych za pomocą mierników, finansowych i niefinansowych.

- Spółka nie publikuje na stronie internetowej swojej strategii ESG.

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%.

- Spółka jest w trakcie przygotowywania sformalizowanej polityki różnorodności w ramach szerszej strategii ESG. Obecnie zarówno w Zarządzie jak i Radzie Nadzorczej Spółki udział płci mniej reprezentowanej wynosi 25% a w Zespole Zarządzającym Spółki 37,5%.

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.

- Spółka jest w trakcie przygotowywania sformalizowanej polityki różnorodności w ramach szerszej strategii ESG. Obecnie zarówno w Zarządzie jak i Radzie Nadzorczej Spółki udział płci mniej reprezentowanej wynosi 25% a w Zespole Zarządzającym Spółki 37,5%.

2.7. Pełnienie przez członków zarządu spółki funkcji w organach podmiotów spoza grupy spółki wymaga zgody rady nadzorczej.

- Zasiadanie Członków Zarządu Spółki w zarządach lub Radach Nadzorczych spółek spoza grupy kapitałowej Spółki nie wymaga zgody rady nadzorczej Spółki. Osoby te mają zawarte ze Spółką umowy zawierające

klauzule o zakazie konkurencji i zobowiązania do poświęcania odpowiedniej ilości czasu na wypełnianie obowiązków związanych z pełnionymi funkcjami.

2.11.6. Poza czynnościami wynikającymi z przepisów prawa raz w roku rada nadzorcza sporządza i przedstawia zwyczajnemu walnemu zgromadzeniu do zatwierdzenia roczne sprawozdanie. Sprawozdanie, o którym mowa powyżej, zawiera o najmniej: informację na temat stopnia realizacji polityki różnorodności w odniesieniu do zarządu i rady nadzorczej, w tym realizacji celów, o których mowa w zasadzie 2.1.

- Spółka jest w trakcie przygotowywania sformalizowanej polityki różnorodności w ramach szerszej strategii ESG.

3.2. Spółka wyodrębnia w swojej strukturze jednostki odpowiedzialne za zadania poszczególnych systemów lub funkcji, chyba że nie jest to uzasadnione z uwagi na rozmiar spółki lub rodzaj jej działalności.

- W Spółce wyodrębniona została funkcja audytu wewnętrznego. Pozostałe zadania w ramach systemów kontroli wewnętrznej, zarządzania ryzykiem oraz nadzoru zgodności działalności z prawem (compliance) są podzielone pomiędzy poszczególne jednostki organizacyjne w Spółce.

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

- Spółka nie zapewnia powszechnie dostępnej transmisji obrad Walnego Zgromadzenia. Walne Zgromadzenia Spółki są organizowane w transparentny i wydajny sposób pozwalający akcjonariuszom na uczestnictwo

i wykonywanie wszelkich praw związanych z posiadanymi akcjami Spółki. Ogłoszenie o Walnym Zgromadzeniu wraz z projektami uchwał i wszelką dokumentacją a także przyjęte uchwały publikowane są na stronie internetowej Spółki. Nie zostały Spółce zgłoszone takie oczekiwania czy zapotrzebowanie ze strony akcjonariuszy.

4.8. Projekty uchwał walnego zgromadzenia do spraw wprowadzonych do porządku obrad walnego zgromadzenia powinny zostać zgłoszone przez akcjonariuszy najpóźniej na 3 dni przed walnym.

- Spółka dokłada wszelkich starań, aby akcjonariusze mieli możliwość zapoznania się z materiałami i projektami uchwał do porządku obrad w terminach umożliwiających należyte rozeznanie jednak ze względu na regulacje kodeksu spółek handlowych umożliwiające akcjonariuszom zgłaszanie projektów uchwał w trakcie obrad walnego zgromadzenia, Spółka nie jest w stanie zagwarantować stosowania niniejszej zasady.

4.9.1. W przypadku gdy przedmiotem obrad walnego zgromadzenia ma być powołanie do rady nadzorczej lub powołanie rady nadzorczej nowej kadencji: kandydatury na członków rady powinny zostać zgłoszone w terminie umożliwiającym podjęcie przez akcjonariuszy obecnych na walnym zgromadzeniu decyzji z należyтым rozeznaniem, lecz nie później niż na 3 dni przed walnym zgromadzeniem; kandydatury, wraz z kompletem materiałów ich dotyczących, powinny zostać niezwłocznie opublikowane na stronie internetowej spółki;

- Spółka dokłada wszelkich starań, aby akcjonariusze mieli możliwość zapoznania się z materiałami i projektami uchwał do porządku obrad w terminach umożliwiających należyte rozeznanie jednak ze względu na regulacje kodeksu spółek handlowych umożliwiające akcjonariuszom zgłaszanie projektów uchwał w trakcie obrad walnego zgromadzenia, Spółka nie jest w stanie zagwarantować stosowania niniejszej zasady.

6.3. Jeżeli w spółce jednym z programów motywacyjnych jest program opcji menedżerskich, wówczas realizacja programu opcji winna być uzależniona od spełnienia przez uprawnionych, w przeciągu co najmniej 3 lat, z góry wyznaczonych, realnych i odpowiednich dla spółki celów finansowych i niefinansowych oraz zrównoważonego rozwoju, a ustalona cena nabycia przez uprawnionych akcji lub rozliczenia opcji nie może odbiegać od wartości akcji z okresu uchwalania programu.

- w Spółce wprowadzony został program motywacyjny przed dniem debiutu giełdowego Spółki przyznający kluczowym menedżerom możliwość nabywania akcji Spółki. Jego zasady oparte są na emisji warrantów subskrypcyjnych uprawniających do objęcia akcji Spółki. Zgodnie z zasadami programu oraz zawartymi umowami opcyjnymi realizacja programu opcji nie musi być uzależniona od spełnienia przez uprawnionych, w przeciągu co najmniej 3 lat, z góry wyznaczonych, realnych i odpowiednich dla spółki celów finansowych i niefinansowych oraz zrównoważonego rozwoju. Spółka uważa, iż konstrukcja programu zapewnia wystarczające powiązanie wynagrodzenia kluczowych menedżerów z długookresowymi celami biznesowymi i finansowymi spółki ze względu na fakt, iż nabywanie uprawnień do warrantów i akcji (tzw. vesting) jest rozciągnięty w czasie (nabywanie uprawnień odbywa się kwartalnie przez ok. 5-6 lat), a warunkiem uczestnictwa w programie jest pozostawanie we współpracy ze Spółką.

6.4. Rada nadzorcza realizuje swoje zadania w sposób ciągły, dlatego wynagrodzenie członków rady nie może być uzależnione od liczby odbytych posiedzeń. Wynagrodzenie członków komitetów, w szczególności komitetu audytu, powinno uwzględniać dodatkowe nakłady pracy związane z pracą w tych komitetach.

- Członkowie Rady Nadzorczej otrzymują wynagrodzenie w stałej miesięcznej wysokości, członkowie Komitetu Audytu nie otrzymują dodatkowego wynagrodzenia.



3. STRATEGIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

Wirtualna Polska w 2021 roku wypracowała kierunki strategii zrównoważonego rozwoju na lata 2022- 2030. Dokument stanowi dla nas jasną deklarację gotowości do współtworzenia lepszego, bardziej zrównoważonego świata i istotny element biznesowej strategii firmy. Naszą ambicją jest wywieranie pozytywnego wpływu na środowisko.

Nasze zadanie:

Dostarczanie milionom użytkowników najważniejszych informacji oraz usług i produktów internetowych

Nasz cel rozwojowy:

Generowanie wyłącznie pozytywnego wpływu w każdym z obszarów Zrównoważonego Rozwoju.

Idea Zrównoważonego Rozwoju łączy dbałość o nasze otoczenie z ciągłym wzrostem gospodarczym.

Jesteśmy świadomi ogromnych wyzwań środowiskowych, społecznych i tych dotyczących ładu korporacyjnego. Zestaw standardów ESG określa miary dla organizacji świadomej i zrównoważonej, jaką chcemy pozostać. Chcemy aktywnie zarządzać naszym wpływem na środowisko i minimalizować jego negatywny wymiar. Na najbliższe lata stawiamy sobie ambitne cele dotyczące udziału zielonej energii i redukcji emisji gazów cieplarnianych.

Ich realizacja zapewni, że prowadzenie naszej działalności będzie w całości „zielone”.

Ponadto w naszej działalności najważniejsi pozostają ludzie:

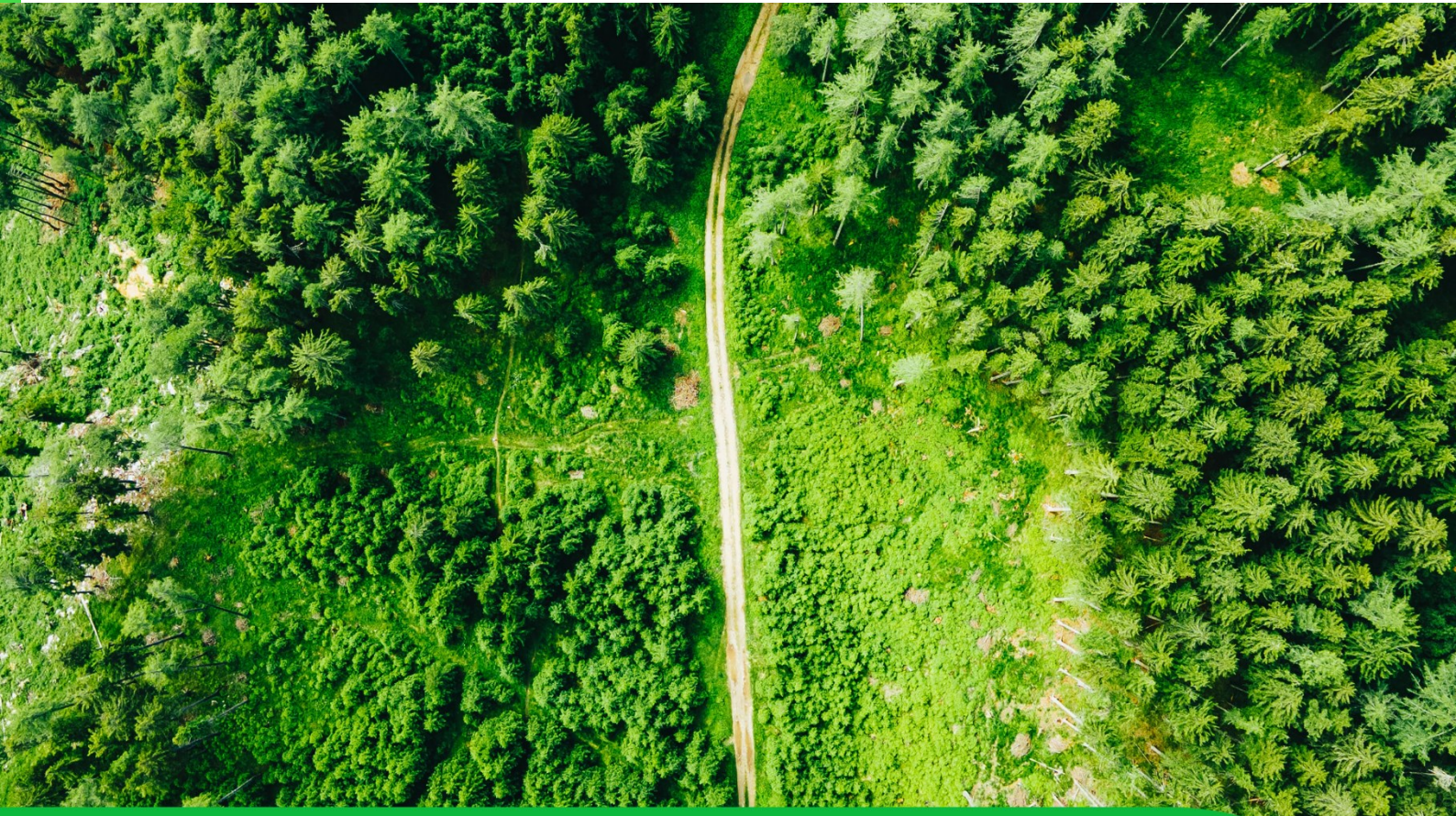
- ✓ **Nasi pracownicy**, dbający każdego dnia o dostarczanie najwyższej jakości treści i usług.
- ✓ **Użytkownicy naszych portali**, którym dostarczamy ciekawe treści, bezpieczne usługi internetowe oraz różnorodny ekosystem portali dopasowanych do potrzeb.
- ✓ **Inwestorzy**, którym chcemy dostarczać wartości powstające w sposób zrównoważony i odpowiedzialny.



Trzy filary naszej Strategii Zrównoważonego Rozwoju



**To nasz kolejny krok na drodze
zrównoważonego rozwoju.**



4. TAKSONOMIA

Grupa Wirtualna Polska Holding po raz pierwszy ujawnia w niniejszym raporcie informacje dotyczące tzw. unijnej Taksonomii działalności zrównoważonej środowiskowo. Obowiązki z tym związane zostały wprowadzone Rozporządzeniem Parlamentu i Rady (UE) 2020/852 z 18 czerwca 2020 r. W pierwszym roku obowiązywania, zgodnie z treścią Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE) 2021/2178 Grupa Wirtualna Polska Holding ujawnia odsetek obrotu, nakładów inwestycyjnych i wydatków operacyjnych kwalifikujących się do systematyki (Taksonomii), bez konieczności weryfikacji Technicznych Kryteriów Kwalifikacji, czyli ustalenia jaki odsetek tych trzech wartości jest związany z działalnością zrównoważoną środowiskowo.

Zasady rachunkowości

W celu obliczenia odsetka obrotu, nakładów inwestycyjnych (CapEx) i wydatków operacyjnych (OpEx) kwalifikujących się do systematyki zastosowano następujące zasady.

Obrót

W odniesieniu do obrotu podstawę stanowiły całkowite skonsolidowane przychody Grupy w roku 2021, ujawnione w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym w pozycji „Skonsolidowane sprawozdanie z wyniku finansowego i pozostałych całkowitych dochodów i opisane w nocie 9. „Przychody ze sprzedaży”. Do licznika przypisano przychody z działalności kwalifikującej się do systematyki.

Nakłady inwestycyjne (CapEx)

W odniesieniu do nakładów inwestycyjnych (CapEx) podstawę stanowiły wartości zwiększenia stanu rzeczowych aktywów trwałych, wartości aktywów niematerialnych oraz aktywów programowych tj. Całość CapEx jest ujęta w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym i opisana w notach: 20. „Rzeczowe aktywa trwałe”, 22. „Wartości niematerialne”, 25. „Aktywa programowe”. Do licznika przypisano tę część CapEx, która dotyczy rodzajów działalności kwalifikujących się do systematyki.

Wydatki operacyjne (OpEx)

W odniesieniu do wydatków operacyjnych (OpEx) podstawę stanowiły wszystkie koszty służące do bieżącej obsługi aktywów spółki i utrzymania ich we właściwej kondycji. Zaliczone do nich zostały takie koszty, jak: koszty związane z obsługą instalacji fotowoltaicznej oraz koszty związane z właściwym funkcjonowaniem data centers Grupy. Koszty niezaklasyfikowane do Taksonomii dotyczą kosztów badań w zakresie produktu mediowego oraz wydatków na utrzymanie i eksploatację obiektów biurowych. Do licznika przypisano tę część OpEx, która dotyczy rodzajów działalności kwalifikujących się do systematyki.

W przypadku wydatków operacyjnych, które w Rozporządzeniu Delegowanym Komisji (UE) 2021/2178 definiowane są w sposób nie odnoszący się do międzynarodowych standardów sprawozdawczości finansowej, dokonano przeglądu wszystkich kont w systemie rachunkowym Grupy, a następnie zidentyfikowane pozycje spełniające definicję OpEx'u przypisano każdorazowo do danego rodzaju działalności kwalifikującej się do systematyki lub do zbioru pozostałych wydatków operacyjnych (nie kwalifikujących się do systematyki).

Grupa ujawnia w niniejszym raporcie po raz pierwszy udział działalności kwalifikującej się do systematyki w zakresie dotyczącym raportowanego okresu, tj. 01.01.2021-31.12.2021, więc ujawnienie nie zawiera informacji o zmianach danych dla poprzednich okresów.

Z uwagi na fakt, iż w pierwszym roku raportowania ujawniane są tylko informacje o odsetku obrotu, nakładów inwestycyjnych i wydatków operacyjnych kwalifikujących się do systematyki (a nie zgodnych lub niezgodnych z systematyką), nie identyfikowano rodzajów działalności przyczyniających się do więcej niż jednego celu środowiskowego. Nie istniała w związku z tym potrzeba stosowania specjalnych procedur w celu uniknięcia podwójnego liczenia.

Nie dokonywano ponadto analizy kluczowych wskaźników wyników w podziale na poszczególne jednostki operacyjne Grupy. Jednocześnie Grupa identyfikuje konieczność dokonania takiej analizy w kolejnym roku, gdy weryfikowane będzie spełnienie Technicznych Kryteriów Kwalifikacji.

Obrót

Tabela 1: Odsetek obrotu kwalifikującego się do systematyki

Działalność gospodarcza	Kod	Obrót mln zł	Udział %
A. Działalność kwalifikująca się do systematyki		23,6	3%
Produkcja energii elektrycznej z wykorzystaniem technologii fotowoltaicznej	4.1.	0,7	0,1%
Nadawanie programów ogólnodostępnych i abonamentowych	8.3.	22,9	2,6%
B. Działalność niekwalifikująca się do systematyki		848,6	97,3%
Razem (A+B)		872,2	100,0%

Większość przychodów uzyskiwanych przez Grupę (872,2 mln złotych w 2021 r.) jest związana z działalnością, która nie kwalifikuje się do systematyki w zakresie załączników I i II do aktu delegowanego w sprawie klimatu (Rozporządzenie Delegowane Komisji (UE) 2021/2139). Głównymi pozycjami przychodów z działalności kwalifikującej się do systematyki w 2021 roku były:

- ✓ Przychody z nadawania programów abonamentowych w wysokości 22,9 mln zł
- ✓ Przychody ze sprzedaży energii elektrycznej wytwarzanej przez farmę fotowoltaiczną w wysokości 0,7 mln zł

Udział obrotu kwalifikującego się do systematyki w całości obrotu wyniósł w 2021 r. 2,7%.

Nakłady inwestycyjne (CapEx)

Tabela 2: Odsetek nakładów inwestycyjnych (CapEx) kwalifikujących się do systematyki

Działalność gospodarcza	Kod	Nakłady inwestycyjne (CAPEX) mln zł	Udział %
A. Działalność kwalifikująca się do systematyki		74,6	87,3%
Produkcja energii elektrycznej z wykorzystaniem technologii fotowoltaicznej	4.1.	12,2	14,3%
Montaż, konserwacja i naprawa systemów technologii energii odnawialnej	7.6.	0,1	0,2%
Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność	8.1.	5,3	6,2%
Działalność związana z oprogramowaniem, doradztwem w zakresie informatyki i działalność powiązana	8.2.	46,5	54,5%
Nadawanie programów ogólnodostępnych i abonamentowych	8.3.	1,5	1,8%
Działalność związana z produkcją filmów, nagrań wideo, programów telewizyjnych, nagrań dźwiękowych i muzycznych	13.3.	8,8	10,3%
B. Działalność niekwalifikująca się do systematyki		10,8	12,7%
Razem (A+B)		85,4	100,0%

Nakłady inwestycyjne (CapEx) kwalifikujące się do systematyki zostały poniesione w 2021 r. przede wszystkim na:

- ✓ Realizację projektów IT w zakresie tworzenia oprogramowania dotyczącego rozwoju aplikacji, portfolia produktów reklamowych oraz narzędzi w wysokości 46,5 mln zł
- ✓ Nabycie aktywów farmy fotowoltaicznej, w tym gruntu oraz instalacji fotowoltaicznej w wysokości 12,2 mln zł
- ✓ Zwiększenie stanu bilansowego aktywów programowych o kwotę 8,8 mln zł
- ✓ Nakłady na modernizację i rozbudowę centrów danych (w tym serwerowni) w wysokości 5,3 mln zł

Ponadto w 2021 r. poniesione zostały też nakłady inwestycyjne związane z nadawaniem programów abonamentowych w wysokości 1,5 mln złotych oraz nakłady na rozbudowę systemu paneli fotowoltaicznych na budynku serwerowni w wysokości 0,1 mln złotych.

Udział nakładów inwestycyjnych kwalifikujących się do systematyki w całości nakładów inwestycyjnych wyniósł w 2021 r. 87,3%.

Wydatki operacyjne (OpEx)

Tabela 3: Odsetek wydatków operacyjnych (OpEx) kwalifikujących się do systematyki

Działalność gospodarcza	Kod	Wydatki operacyjne (OpEx) mln zł	Udział %
A. Działalność kwalifikująca się do systematyki		9,7	53,6%
Produkcja energii elektrycznej z wykorzystaniem technologii fotowoltaicznej	4.1.	0,1	0,5%
Przetwarzanie danych; zarządzanie stronami internetowymi (hosting) i podobna działalność	8.1.	9,6	53,0%
B. Działalność niekwalifikująca się do systematyki		8,4	46,4%
Razem (A+B)		18,0	100,0%

W przypadku wydatków operacyjnych (OpEx) były one związane przede wszystkim z utrzymaniem we właściwej kondycji centrów danych Grupy; wydatki na ten cel wyniosły 9,6 mln złotych. Wydatki operacyjne związane z funkcjonowaniem farmy fotowoltaicznej wyniosły w 2021 r. 0,1 mln złotych.

Udział wydatków operacyjnych kwalifikujących się do systematyki w całości wydatków operacyjnych wyniósł w 2021 r. 53,6%.

INFORMACJE O RAPORCIE

[102-49; 102-50; 102-51; 102-52; 102-53; 102-54; 102-56]

Niniejszy dokument został przygotowany w oparciu o międzynarodowe standardy w zakresie raportowania danych niefinansowych Global Reporting Initiative (GRI Standards). Oświadczenie na temat informacji niefinansowych zostało przygotowane zgodnie z wymaganiami prawnymi odnośnie ujawniania informacji niefinansowych, określonymi w art. 49b, ust. 2 do 8 oraz w art. 55 ust. 2b-2e Ustawy o rachunkowości.

W Oświadczeniu niefinansowym „my”, „nasz”, „nasze”, „Spółka”, „Grupa WP”, „Wirtualna Polska” i „Grupa” odnoszą się zależnie od kontekstu do Wirtualna Polska Holding SA i jej spółek zależnych objętych konsolidacją.

Oświadczenie niefinansowe opisuje działalność Grupy w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2021 roku, chyba że w treści wskazano inaczej. W okresie objętym raportem nie odnotowano znaczących zmian w zakresie rozmiaru, struktury, formy własności czy łańcucha dostaw.

Określając zawartość merytoryczną raportu, przeanalizowaliśmy czynniki wewnętrzne i zewnętrzne, m.in. publikacje prasowe w raportowanym okresie, tematy poruszane w komunikacji wewnętrznej, aktualną strategię biznesową Grupy WP, a także tematy istotne w raportowaniu niefinansowym dla branży mediowej.

W raporcie szczegółowo opisaliśmy wszystkie kluczowe tematy, prezentując zarówno podejście do zarządzania nimi, jak i odpowiadające im wskaźniki. Ocena istotności poddawana będzie corocznym przeglądom w ramach procesu wewnętrznej weryfikacji.

Dane liczbowe wykorzystane w raporcie pochodzą z wewnętrznych systemów raportowania. Przed opublikowaniem wszystkie zostały wewnętrznie sprawdzone.

Nie korzystaliśmy ze wsparcia audytora zewnętrznego.

Emisje gazów cieplarnianych prezentowane w raporcie są kalkulowane i raportowane zgodnie ze standardem The Greenhouse Gas Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard w wersji revised. Granice raportowanych emisji (organizational boundaries) obejmują jednostkę dominującą i wszystkie jednostki grupy kapitałowej wg kontroli operacyjnej i finansowej (100% emisji każdej z jednostek). Konsolidacja obejmuje wszystkie poziomy grupy kapitałowej. Rokiem bazowym przyjętym przez organizację był rok obrotowy 2019. W ciągu ostatniego roku nie dokonano rekalkulacji emisji roku bazowego. W spółce i w grupie kapitałowej nie występowały emisje biogeniczne. Kalkulacje emisji nie zostały poddane zewnętrznej weryfikacji.

Emisje zostały obliczone z wykorzystaniem narzędzi udostępnianych przez GHG Protocol (<https://ghgprotocol.org/calculation-tools>). Do obliczenia emisji gazów cieplarnianych zastosowano wartości współczynników GWP (global warming potential) pochodzące z aneksu „Global Warming Potential Values” do standardu GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard. Współczynniki te pochodzą pierwotnie z V raportu Międzyrządowego Zespołu ds. Zmiany Klimatu (IPCC Fifth Assessment Report AR5). Do obliczenia wartości emisji gazów cieplarnianych w zakresie 2 zastosowano metodę location-based (na bazie przeciętnych wskaźników intensywności emisyjnej energii elektrycznej i ciepłej podawanych przez KOBIZE i URE) oraz metodę market-based (na bazie wskaźników intensywności emisyjnej podanych przez dostawców energii elektrycznej; w przypadku energii ciepłej z uwagi na brak informacji źródłowych od dostawców zastosowano wskaźnik krajowy podany przez URE).

Tabele referencyjne

Wymóg Ustawy o Rachunkowości	Strona
Model biznesowy (Art. 49b ust. 2 pkt 1)	85-90
Kluczowe niefinansowe wskaźniki efektywności (Art. 49b ust. 2 pkt 2)	91
Polityki w obszarach niefinansowych i ich rezultaty (Art. 49b ust. 2 pkt 3)	125, 136, 138,177
Procedury należytej staranności (Art. 49b ust. 2 pkt 4)	101
Istotne ryzyka niefinansowe i sposób zarządzania nimi (Art. 49b ust. 2 pkt 5)	101 102,

Rekomendacje TCFD

Rozdział

ŁAD KORPORACYJNY	
Opis nadzoru zarządu nad ryzykami i szansami związanymi z klimatem.	II. Zrównoważony Rozwój – Ład Korporacyjny
Opis roli kadry zarządzającej w procesie oceny i zarządzania ryzykami oraz szansami związanymi z klimatem.	
STRATEGIA	
Opis ryzyk i szans związanych z klimatem, które organizacja zidentyfikowała w perspektywie krótko-, średnio- i długoterminowej.	III. Strategia Zrównoważonego Rozwoju
Opis wpływu ryzyk i szans związanych z klimatem na działalność biznesową, strategię i finanse organizacji.	
Opis odporności modelu biznesowego i strategii organizacji w różnych scenariuszach związanych z klimatem (w tym w scenariuszu uwzględniającym wzrost średnich temperatur o dwa lub mniej stopni Celsjusza).	
ZARZĄDZANIE RYZYKIEM	
Opis procesów identyfikacji i oceny ryzyk związanych z klimatem.	II. Zrównoważony Rozwój – Ryzyka dotyczące zagadnień ESG
Opis procesów zarządzania ryzykami związanymi z klimatem.	
Opis sposobu integracji procesów identyfikacji, oceny i zarządzania ryzykami związanymi z klimatem w ramach ogólnego zarządzania ryzykiem w organizacji.	
WSKAŹNIKI I CELE	
Wskaźniki wykorzystywane przez organizację do oceny ryzyk i szans związanych z klimatem zgodnie ze strategią i procesami zarządzania ryzykiem.	II. Zrównoważony Rozwój – Ryzyka dotyczące zagadnień ESG
Emisje gazów cieplarnianych w zakresach 1, 2 i, jeśli ma to znaczenie, 3 oraz opis powiązanych z nimi ryzyk.	
Opis wyznaczonych przez organizację celów służących zarządzaniu ryzykami	
i szansami związanymi z klimatem oraz wyniki realizacji tych celów.	

Indeks GRI

Kategoria wskaźnika	Wskaźnik	Opis	Numer strony
GRI 102: Wskaźniki podstawowe			
1. Profil Organizacji	102-1	Nazwa organizacji	87
	102-2	Aktywność, marki, produkty i usługi	87
	102-3	Lokalizacja siedziby	87
	102-4	Lokalizacja operacji	87
	102-5	Forma własności i struktura prawna	127
	102-6	Obsługiwane rynki	90
	102-7	Skala operacji	93
	102-8	Informacje o pracownikach i innych świadczących pracę	116
	102-9	Łańcuch dostaw	98
	102-10	Znaczące zmiany w organizacji łańcucha dostaw	98
	102-11	Podjęcie do zasady ostrożności	101
	102-12	Uczestnictwo w zewnętrznych inicjatywach	92
	102-13	Członkostwo w organizacjach	92
2. Strategia	102-14	Oświadczenie najwyższych struktur zarządczych	85
	102-15	Kluczowe czynniki wpływu, ryzyka oraz szanse	95, 103, 105
3. Etyka i spójność	102-16	Wartości, zasady, standardy i normy postępowania	97, 98
	102-17	Mechanizmy wyjaśniania wątpliwości w obszarze etyki	132
4. Zarządzanie	102-18	Struktura zarządcza	126
	102-21	Komunikacja z interesariuszami w zakresie tematów ESG	95
	102-22	Skład najwyższych ciał zarządczych	128
	102-23	Przewodniczący najwyższego organu zarządczego	128
	102-24	Procedury wyboru najwyższych organów zarządczych	128
5. Zaangażowanie interesariuszy	102-40	Lista grup interesariuszy	94
	102-42	Procedura identyfikacji interesariuszy	94
	102-43	Podjęcie do zaangażowania interesariuszy	94
	102-44	Kluczowe kwestie zgłaszane przez interesariuszy	94
6. Praktyki raportowania	102-45	Podmioty ujęte w skonsolidowanych sprawozdaniach finansowych	125
	102-46	Definiowanie zawartości i granic raportu	95
	102-47	Lista istotnych zagadnień	95
	102-49	Zmiany w raportowaniu	144
	102-50	Okres raportowania	144
	102-51	Data ostatniego raportu	144
	102-52	Cykl raportowy	144

	102-53	Osoba do kontaktu	144
	102-54	Oświadczenie zgodności ze standardem GRI	144
	102-55	Indeks treści GRI	144
	102-56	Zewnętrzna weryfikacja	144
GRI 103: Podejście zarządcze			
Podstawowe wymogi dla raportowania podejścia zarządczego	103-1	Wyjaśnienie tematów zidentyfikowanych jako istotne wraz ze wskazaniem ograniczeń	95
	103-2	Podejście zarządcze i jego elementy	113
GRI 201: Efektywność gospodarcza	201-1	Bezpośrednia wytworzona i dystrybuowana wartość ekonomiczna	93
GRI 202: Obecność rynkowa	202-1	Stosunek najniższego wynagrodzenia w organizacji według płci	117
GRI 205: Antykorupcja	205-1	Jednostki oceniane w związku z ryzykiem korupcji	130
	205-2	Komunikacja i szkolenia z procedur i polityk antykorupcyjnych	132
	205-3	Potwierdzone przypadki korupcji i podjęte działania	113
GRI 305: Emisje do atmosfery	305-1	Bezpośrednie emisje GHG (Scope 1)	103
	305-2	Niebezpośrednie emisje GHG (Scope 2)	103
	305-4	Intensywność emisyjna	103
	305-5	Redukcja w emisjach GHG	103
GRI 401: Zatrudnienie	401-1	Nowi pracownicy i liczba odejść	116
	401-2	Benefity dla pracowników pełnoetatowych nie dotyczące osób świadczących pracę na innych zasadach	119
	401-3	Urlopy macierzyńskie	116
GRI 404: Szkolenia i edukacja	404-2	Programy wspierające rozwój i doskonalenie umiejętności pracownika	120
GRI 405: Różnorodność i równe szanse	405-1	Różnorodność w ciałach zarządczych i wśród pozostałych pracowników	117
	405-2	Stosunek podstawowego wynagrodzenia kobiet i mężczyzn	117
GRI 406: Przeciwdziałanie dyskryminacji	406-1	Przypadki dyskryminacji i podjęte działania naprawcze	132
GRI 413: Społeczności lokalne	413-1	Działania angażujące społeczność lokalną; metodologia badania wpływu; programy rozwojowe	121



**Wszelkie pytania związane z niniejszym oświadczeniem
na temat informacji niefinansowych prosimy kierować
na adres e-mail:
csr@grupawp.pl**

OŚWIADCZENIE ZARZĄDU WIRTUALNA POLSKA HOLDING S.A. DOTYCZĄCE SPRAWOZDAŃ FINANSOWYCH I SPRAWOZDANIA ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI W 2021 ROKU ORAZ FIRMY AUDYTORSKIEJ

I. Oświadczenie dotyczące Sprawozdań Finansowych i Sprawozdania Zarządu z działalności w 2021 roku

Zarząd Wirtualna Polska Holding SA oświadcza, że wedle jego najlepszej wiedzy, roczne skonsolidowane sprawozdanie finansowe i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości oraz że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Grupy Kapitałowej emitenta oraz jej wynik finansowy. Ponadto, Zarząd Wirtualna Polska Holding oświadcza, że łączne sprawozdanie z działalności Spółki oraz Grupy Kapitałowej emitenta zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Grupy Kapitałowej emitenta, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyk.

II. Oświadczenie dotyczące firmy audytorskiej

Zarząd Wirtualna Polska Holding SA oświadcza, że podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych, dokonujący badania rocznego skonsolidowanego sprawozdania finansowego, został wybrany zgodnie z przepisami prawa oraz biegli rewidenci, dokonujący badania tego sprawozdania, spełniali warunki do wyrażenia bezstronnej i niezależnej opinii o badanym rocznym skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym, zgodnie z obowiązującymi przepisami i standardami zawodowymi.

Ponadto, Zarząd oświadcza, że są przestrzegane obowiązujące przepisy związane z rotacją firmy audytorskiej i kluczowego biegłego rewidenta oraz obowiązkowymi okresami karencji, a także że emitent posiada politykę w zakresie wyboru firmy audytorskiej oraz politykę w zakresie świadczenia na rzecz emitenta przez firmę audytorską, podmiot powiązany z firmą audytorską lub członka jego sieci dodatkowych usług niebędących badaniem, w tym usług warunkowo zwolnionych z zakazu świadczenia przez firmę audytorską.

Jacek Świdorski
Prezes Zarządu

Elżbieta Bujniewicz-Belka
Członek Zarządu ds. finansowych

Michał Brański
Członek Zarządu

Krzysztof Sierota
Członek Zarządu