

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI SPÓŁKI W ROKU 2022

Spółka Comp Centrum Innowacji Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie (02-230) przy ulicy Jutrzenki 116 jest spółką wpisaną do Rejestru Przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy, XIII Wydział Gospodarczy pod numerem 0000405829, posiadającą NIP 522-29-93-429 oraz REGON 145923703, o kapitale zakładowym w wysokości 143.986.000,00 zł.

Sprawozdanie z działalności Spółki Comp Centrum Innowacji (Spółka) w roku obrotowym 2022 zgodnie z art. 49 ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości

1) *Ogólna charakterystyka działalności Spółki, oraz udział w budowaniu wartości Grupy Kapitałowej Comp (GK Comp)*

Spółka Comp Centrum Innowacji sp. z o.o. została utworzona w roku 2012 jako podmiot zależny w GK Comp. Od początku istnienia zadaniem Spółki było zbudowania kompetencji w obszarze nowych technologii. Działalność Spółki koncentruje się na projektach badawczo rozwojowych, których efekty są wykorzystywane w całej GK COMP. Spółka była również - do końca roku 2016 - centrum świadczenia usług marketingowych dla GK Comp.

Głównym projektem realizowanym w Spółce od roku 2015 jest rozwój platformy usług on-line na urządzeniach fiskalnych o nazwie M/platform. Beneficjentem korzyści uzyskanych z wdrożenia tego produktu jest cała GK Comp – pozwoli to na rozszerzenie udziałów w rynku fiskalnym i płatniczym, oraz stworzenie trzeciego silnego filaru dla kontynuacji działalności całej GK Comp.

Obecnie projekt M/platform realizowany jest na rynku tradycyjnych wyrobów FMCG (Fast-Moving Consumer Goods; szybko rotujących wyrobów konsumpcyjnych). Do komercjalizacji projektu Spółka utworzyła w 2018 roku spółkę Comp Platforma Usług S.A. (dalej - CPU), której głównym zadaniem jest świadczenie usług poprzez stworzenie i rozwijanie systemu komunikacji pomiędzy Detalistami (głównie właścicielami sklepów i sieci sklepów), Dystrybutorami i Producentami wyrobów. System komunikacji składa się (w skrócie) z Informatycznego Systemu Centralnego, który ma możliwość zdalnej, dwustronnej komunikacji z siecią urządzeń fiskalnych, oraz z Paneli: Detalisty oraz Producenta za pomocą których możliwe jest świadczenie całej gamy usług.

W 2022 roku w ramach rodziny rozwiązań M/platform Spółki CCI oraz CPU prowadzą kilka produktów – Promo+, koncentrujący się na rozwoju usług związanych z promocjami w handlu tradycyjnym; M/analytcs – skupiający się na analizie danych pochodzących z ekosystemu M/platform; EuroPlatform – dedykowaną dla sklepów wchodzących w skład Grupy Eurocash instancję M/Platform, rozwijaną niezależnie od M/Platform.

2) *Zdarzenia istotnie wpływające na działalność CCI*

- a) Kamieniem milowym rozwoju spółki było podpisanie w dniu 31 stycznia 2019 Umowy Inwestycyjnej ze spółką Żywiec Investment Holding sp. z o.o. (ŻIH), należąca do jednego z największych Producentów FMCG – Grupa Żywiec S.A., czego efektem było przystąpienie ŻIH, w kwietniu 2019, do spółki w roli mniejszościowego akcjonariusza CPU. Umowa przewiduje, że generalnie Spółka wykonuje zadania w tworzeniu i doskonaleniu technologii, podczas gdy CPU działa w operacjach rynkowych, w szczególności z detalistami (punktami sprzedaży) i producentami FMCG. Wpływy z operacji rynkowych CPU w części przekazywane są do Spółki, więc rozwój biznesowy CPU ma znaczący wpływ na rozwój biznesowy Spółki.
- b) W latach 2019-2020 Spółka pracowała nad pozyskaniem kluczowych producentów rynku FMCG do Promo+, w ramach bądź pełnego wdrożenia usługi i umowy długoterminowej lub pilotażu. Producenci z którymi udało się nawiązać współpracę długoterminowo z dobrą perspektywą dalszego rozwoju to CEDC, Stock, Nestle, Imperial Tobacco, w ograniczonym zakresie Żywiec Zdrój, w ramach pilotażu w 2021 Kompania Piwowarska. Ostatni producent jest liderem w swojej kategorii i potencjalna długoterminowa współpraca znacznie poprawia perspektywę biznesową Spółki zarówno finansowo jak i marketingowo. Warto przy tym zauważyć rysujący się trend – Promo+ w aktualnym pokryciu ok. 10.000 detalistów jest atrakcyjny głównie dla najlepszych producentów w swoich kategoriach lub dla producentów w najbardziej wartościowych kategoriach na rynku (największych rozumianych jako suma obrotów w handlu tradycyjnym w danym roku obrotowym). W zależności od preferowanego modelu rozliczeń Producenci nawiązują współpracę zarówno z CPU jak i bezpośrednio z CCI.
- c) Spółka podpisała umowę na świadczenie usługi analitycznej z Nielsen IQ – największą światową agencją badawczą, specjalizującą się w badaniach rynkowych oraz analizie rynkowej. Umowa nie tylko pozytywnie

wpłynęła na wynik finansowy Spółki, ale także pokazała potencjał drugiego kluczowego projektu Spółki – M/analytics.

- d) W 2022 Spółka dostosowała się do zmieniających się realiów rynkowych na rynku handlu tradycyjnego - zmniejszona chęć Producentów FMCG do inwestowania w promowanie swoich produktów wśród niezrzeszonych i mniejszych detalistów oraz mocniejsza kontrola nad budżetami marketingowymi w ogóle wśród dużych Producentów FMCG, a konsekwencji – niższe od zakładanych przychody z Promo+ oraz sprzedaży danych w ramach M/analytics. Spółka skoncentrowała się w 2022 na pozyskaniu pierwszego klienta w modelu „white label”, czyli dedykowanej instancji M/Platform zbudowanej pod potrzeby konkretnych sieci handlowych, gdzie Spółka świadczy usługi technologiczne, a Klient odpowiada za monetyzację rozwiązania zarówno od Producentów jak i swoich franczyzobiorców. Model pracy z rozwiązaniami white-label znacznie różni się od podstawowego modelu M/Platform, konkretnie:
- rozwiązania white-label nie potrzebują wsparcia sprzedażowego w takim zakresie jak M/Platform, ponieważ Klient sam odpowiada za kontrakcje i rozliczenie promocji z Producentami FMCG
 - każde rozwiązanie white-label może mieć własną, oddzielną, mapę drogową rozwoju poszczególnych funkcjonalności, za których definiowanie odpowiada Klient
 - generalnie Klienci rozwiązań white-label to wg. planu Spółek głównie Sieci Handlowe, które chcą co do zasady mieć wyłączność na monetyzację danych swoich franczyzobiorców
 - rozwiązania white-label skalują się inaczej od otwartych z uwagi na z góry znaną dynamikę zmian maksymalnej liczby potencjalnych sklepów działających w ramach rozwiązania

Podsumowując – w przypadku rozwiązań white-label Spółka CCI jest dostawcą określonej usługi technologicznej oraz, na zlecenie Klienta, jej rozwoju.

We wrześniu 2022 Spółka podpisała umowę o współpracy strategicznej ze spółką zależną Grupy Eurocash – Innowacyjną Platformą Handlu Sp. z o.o. (dalej – IPH). Umowa zakłada wieloletnią współpracę w zakresie przygotowania i utrzymania pierwszej instancji white-label, czyli EuroPlatform. Do końca 2022 Spółka pracowała nad przygotowaniem uruchomienia Produkcyjnego EuroPlatform, które zostało przeprowadzone zgodnie z umową na początku 2023 roku.

- e) Zgodnie z planem na 2022 Spółka wdrożyła metodyki zwinne (Scrum) w zarządzaniu oraz rozwoju Produktów oraz dostosowała organizację do pracy w oparciu o Zespoły Produktowe, równocześnie rozwijając kompetencje techniczne w poszczególnych Zespołach Produktowych.
- f) Zgodnie z planem z 2022 Spółka przeprowadziła pilotaż rozwiązania M/Platform w chmurze publicznej, co umożliwiło dostarczenie w oczekiwanym czasie wspomnianej w punkcie d) EuroPlatform (która jest utrzymywana właśnie w oparciu o zasoby chmury publicznej Azure)
- g) Z uwagi na mniejsze od oczekiwanych przychody z linii Produktowej M/Analytics Spółka zdecydowała się ograniczyć zespół sprzedaży danych do niezbędnego minimum, pozostawiając jednocześnie strategiczne kompetencje w tym obszarze (by móc sprzedawać usługi analityczne w ramach rozwiązań white-label)

3) Przewidywany rozwój jednostki:

- a) W 2023 Spółka planuje realizować zapisy umowy o współpracy strategicznej z IPH, co będzie stanowiło nowy filar przychodów Spółki. Przychody z powyższej umowy dzielą się na dwa podstawowe elementy – utrzymanie środowiska produkcyjnego oraz prace rozwojowe.
- b) Równocześnie Spółka dostrzega potencjał na wykorzystanie swojego know-how w obszarze analityki przez IPH, co może znacznie rozwinąć zakres współpracy w ramach EuroPlatform (wykorzystanie rozwiązań big data w analityce, wsparcie w integracji danych pomiędzy wieloma podmiotami, wykorzystanie modeli uczenia maszynowego w procesach podejmowania decyzji)
- c) Spółka planuje stworzyć i następnie rozwijać architekturę referencyjną rozwiązań white-label pod potrzeby mniejszych sieci handlowych, by ciągle optymalizować koszty utrzymania kolejnych rozwiązań white-label
- d) Planowane jest także przygotowanie spójnej oferty technologiczno-biznesowej na rozwiązania white-label, włącznie z opcjonalnym wykorzystaniem rozwiązań analitycznych M/Analytics przez mniejszych klientów (w procesach planowania promocji, integracji danych z Producentami, wykrywania tzw. „fraudów”)
- e) Spółka planuje kontynuować wsparcie rozwoju rozwiązań Promo+ oraz M/Analytics w obszarach z największym potencjałem biznesowym

4) Ważniejsze osiągnięcia w zakresie badań i rozwoju:

- a) Zamknięcie pilotażu rozwiązania M/Platform w chmurze publicznej
- b) Zakończone prace nad RAD 3.4, czyli wersją RAD umożliwiającą świadczenie usług white-label oraz separację kodu w zależności od klienta
- c) Rozpoczęcie prac w obszarze analityki nad wykorzystaniem technologii big data w celu ograniczenia kosztów funkcjonowania hurtowni danych oraz otwieranych przez big data możliwości wykorzystania uczenia maszynowego w procesach biznesowych Spółki

5) Informacja o stanie finansowym i majątkowym Spółki:

Spółka w najbliższym roku planuje realizować politykę, która zapewni jej zawarcie szeregu kontraktów długoterminowych o wysokiej rentowności, gwarantujących jej stałe źródło dochodów niezależnie od sytuacji rynkowej czy też konkurencyjnej.

Łączne przychody netto ze sprzedaży w roku sprawozdawczym 2022 wyniosły 15 613 tys.. Strata netto Spółki na koniec roku obrotowego 2022 wyniosła 10 598 tys.. Zarząd, proponuje żeby stratę za rok obrotowy 2022 pokryć z zysków lat następnych.

Strata jest wynikiem konieczności ponoszenia wysokich nakładów inwestycyjnych na projekty, których realizacja przyniesie przychody w następnych okresach, w szczególności nakłady na przygotowanie i uruchomienie EuroPlatform, z której przychody materializują się w roku 2023. Dodatkowo na stratę składają się niższe od planowanych przychody z tytułu Promo+ oraz monetyzacji danych w ramach M/Analytics.

6) Nabywanie udziałów własnych: nie wystąpiło;

7) Nabywanie udziałów obcych: nie wystąpiło;

8) Posiadane oddziały (zakłady): brak;

9) Instrumenty finansowe w zakresie: ryzyka zmiany cen, kredytowego, istotnych zakłóceń przepływów środków pieniężnych oraz utraty płynności finansowej, na jakie narażona jest jednostka:

Nie są realizowane z uwagi na brak takich potrzeb (brak zaciągniętych kredytów w walutach obcych, inwestycyjnych, znaczących zakupów, przy których zmiana ceny mogłaby istotnie wpływać na finanse Spółki). Zabezpieczenie płynności finansowej Spółki będzie realizowane poprzez długoterminowe kontrakty zawarte z kluczowymi klientami.

10) Instrumenty finansowe w zakresie przyjętych przez jednostkę celach i metodach zarządzania ryzykiem finansowym, łącznie z metodami zabezpieczania istotnych rodzajów planowanych transakcji, dla których stosowana jest rachunkowość zabezpieczeń:

Ze względu na skalę działalności nie jest prowadzona rachunkowość zabezpieczeń, są wykorzystywane jedynie nieudokumentowane i niesformalizowane metody zarządzania ryzykiem finansowym oparte o kompetencje osób zarządzających Spółką.

11) Opis czynników ryzyka i zagrożeń:

a) Ryzyko utraty płynności

Ryzyko utraty płynności wynika z niedopasowania kwot i terminów zapadalności aktywów i wymagalności pasywów. Celem zarządzania ryzykiem utraty płynności jest finansowanie niedoborów środków pieniężnych lub odpowiednie zagospodarowanie ich nadmiaru. Cel ten jest realizowany poprzez stałą analizę zapotrzebowania na środki pieniężne oraz źródeł jego pokrycia.

b) Ryzyko finansowe

Działalność Spółki narażona jest na różne rodzaje ryzyka finansowego – w tym na zmiany rynkowych cen instrumentów dłużnych i kapitałowych, wahania kursów walutowych oraz stóp procentowych. Ogólny program zarządzania ryzykiem przez Spółkę, koncentruje się na nieprzewidywalności rynków finansowych i stara się minimalizować ich potencjalne negatywne wpływy na wyniki finansowe Spółki. W określonym zakresie Spółka wykorzystuje pochodne instrumenty finansowe w celu minimalizowania ryzyka finansowego.

c) Ryzyko walutowe

Przychody i koszty operacyjne Spółki są denominowane głównie w polskich złotych. Wyjątek stanowią zakupy usług specjalistycznych. W przypadku znacznych kontraktów sprzedażowych denominowanych w polskich złotych, dla których zakupy poczynione zostały w walutach obcych, Spółka może zawierać kontrakty terminowe na waluty obce w celu skuteczniejszego zarządzania ryzykiem walutowym. Potencjalna ekspozycja Spółki na ryzyko walutowe dotyczy zobowiązań krótkoterminowych. Ze względu na niską wartość transakcji wyrażonych w walutach obcych, Spółka nie korzystała dotychczas z żadnych form zabezpieczania ryzyka walutowego.

d) Ryzyko kredytowe

Aktywami finansowymi, które najbardziej narażone są na ryzyko kredytowe są środki pieniężne i ich ekwiwalenty, rozrachunki z podmiotami powiązаныmi oraz należności z tytułu dostaw i usług. Należności z tytułu dostaw i usług, które są prezentowane w sprawozdaniu finansowym po pomniejszeniu o rezerwę na nieściągalne należności, odzwierciedlają charakter działalności Spółki polegający na skupianiu się na relatywnie małej liczbie kontraktów realizowanych dla największych polskich przedsiębiorstw i spółek z Grupy Comp SA. Spółka wprowadziła odpowiednią politykę kredytową polegającą na sprzedaży produktów, świadczeniu usług oraz dostarczaniu finansowania wyłącznie klientom o sprawdzonej historii kredytowej oraz wysokim ratingu kredytowym.

e) Ryzyko stopy procentowej

Pożyczki/obligacje udzielane innym podmiotom oprocentowane są według stopy procentowej opartej o WIBOR plus marża. Zarząd nie uważa za stosowne wykorzystania zabezpieczających instrumentów finansowych w celu ochrony przed ryzykiem stopy procentowej, z uwagi na wysoki koszt takich operacji w relacji do skuteczności takiej ochrony i obecnego poziomu ryzyka.

f) Ryzyko zmiany ceny

Spółka nie posiada instrumentów finansowych narażonych na ryzyko ze względu na zmiany cen towarów, instrumentów o charakterze kapitałowym lub inne ryzyko rynkowe.

g) Pożyczki

Pożyczki są udzielane na warunkach rynkowych w oparciu o WIBOR plus marża.

h) Wybuch wojny w Ukrainie

W związku z wybuchem wojny na terytorium Ukrainy Spółka analizuje okoliczności, które mogą mieć potencjalny wpływ na aktywność Spółki. Ze względu na sektor gospodarki (branża IT) w jakim działa Spółka działania wojenne na terytorium Ukrainy nie mają bezpośredniego wpływu na działalność Spółki, gdyż Spółka:

- nie jest uzależniona od dostawców,
- nie współpracowała w żaden sposób z firmami, osobami i krajami objętymi sankcjami,
- nie przewiduje zmiany w posiadanych aktywach wykorzystywanych do generowania przepływów pieniężnych (np. przez zniszczenia wojenne czy nacjonalizację),
- nie odczuwa oddziaływania sankcji na procesy sprzedaży, zakupu, magazynowania czy też na możliwości płatnicze kontrahentów,
- nie utraci dużego rynku, kluczowych klientów, zmiany w potrzebach popytowych (Spółka działa tylko na terenie Polski)
- nie odczuwa niedoborów siły roboczej,
- nie ma problemów wynikających z przerwanych łańcuchów dostaw (braki surowców, konieczność wprowadzenia substytutów, innych źródeł dostaw, innych środków transportu),
- nie ponosi dużego ryzyka zmiany cen surowców i energii,
- nie ponosi kar z tytułu niedotrzymania umów,
- nie ponosi ryzyka dużych zmiany kursów walut

12) Kluczowe niefinansowe i finansowe wskaźniki efektywności związane z działalnością jednostki oraz informacje dotyczące zagadnień pracowniczych i środowiska naturalnego.

Nazwa wskaźnika	Kategoria	Wzór obliczenia wskaźnika	Wskaźnik
Wydajność pracy (Przychód)	Zarządzanie operacyjne	$\frac{\text{Przychód netto ze sprzedaży w 2022}}{\text{Przeciętne zatrudnienie w 2022}}$	294 tys.
Wydajność pracy (EBITDA)	Zarządzanie operacyjne	$\frac{\text{EBITDA w 2022}}{\text{Przeciętne zatrudnienie w 2022}}$	-56 tys.
Wskaźnik zatrudnienia na czas nieokreślony	Zarządzanie HR i BHP	$\frac{\text{Zatrudnienie na czas nieokreślony na koniec 2022}}{\text{Całkowite zatrudnienie na koniec 2022}}$	0,96

Wskaźnik rotacji (Ogółem)	Zarządzanie HR i BHP	$\frac{\text{Całkowita liczba odejść pracowników w 2022}}{\text{Całkowite zatrudnienie na koniec 2022}}$	0,11
Wypadki przy pracy (Ogółem)	Zarządzanie HR i BHP	<i>Liczba wypadków przy pracy ogółem w 2022</i>	0
Wypadki przy pracy (Śmiertelne)	Zarządzanie HR i BHP	<i>Liczba wypadków śmiertelnych przy pracy w 2022</i>	0
Wskaźnik marketingu	Marketing	$\frac{\text{Wydatki na działania marketingowe w 2022}}{\text{Przychód netto ze sprzedaży w 2022}}$	0,00
Ilość kar (Środowisko naturalne)	Środowisko naturalne	<i>Całkowita liczba kar związanych z naruszeniem przepisów ochrony środowiska naturalnego nałożonych przez właściwe organy administracji w 2022</i>	0
Wskaźnik inicjatyw lokalnych	Społeczności lokalne	<i>Liczba inicjatyw na rzecz społeczności lokalnych w 2022</i>	0

Nazwa wskaźnika	Kategoria	Wzór obliczenia wskaźnika	Wskaźnik
Rentowność kapitału własnego	Zarządzanie operacyjne	$\frac{\text{Zysk netto}}{\text{Kapitał własny}}$	-17%
Pokrycie majątku kapitałem własnym	Zarządzanie operacyjne	$\frac{\text{Kapitał własny}}{\text{Aktywa trwałe}}$	39%
Wskaźnik ogólnego zadłużenia	Zarządzanie operacyjne	$\frac{\text{Kapitał obcy}}{\text{Aktywa ogółem}}$	63%
Wskaźnik płynności bieżącej	Zarządzanie operacyjne	$\frac{\text{Aktywa bieżące}}{\text{Zobowiązanie bieżące}}$	0,19

Szczegółowy opis znaczących zasad rachunkowości i stosowanych metod, w tym kryteriów ujęcia, podstaw wyceny oraz zasad rozpoznawania przychodów i kosztów w odniesieniu do poszczególnych kategorii aktywów finansowych, zobowiązań finansowych i instrumentów kapitałowych ujawniono w podstawowych zasadach polityki rachunkowości oraz w sprawozdaniu finansowym.

Imię i nazwisko	Funkcja	Podpis
Robert Tomaszewski	Prezes Zarządu	