

PLANET B2B S.A.

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU

Z DZIAŁALNOŚCI EMITENTA I GRUPY KAPITAŁOWEJ EMITENTA

W ROKU OBROTOWYM 2022

SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI SPÓŁKI I JEGO GRUPY KAPITAŁOWEJ W ROKU OBROTOWYM 2022

I. WPROWADZENIE

Kraj siedziby	Polska
Siedziba Spółki	Warszawa
Forma prawna	Spółka Akcyjna
Przepisy prawa	Prawo polskie, zgodnie z Kodeksem Spółek Handlowych
Adres siedziby	ul. Chłodna 64
Strona internetowa	www.planetb2b.pl
REGON	351390348
NIP	683-168-74-39
KRS	0000460219

Planet B2B Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie, ul. Chłodna 64, 00-872 Warszawa, została wpisana do Krajowego Rejestru Sądowego dnia 29 kwietnia 2013 roku pod numerem KRS 0000460219 przez Sąd Rejonowy dla Krakowa – Śródmieścia w Krakowie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, na podstawie aktu notarialnego z dnia 18 grudnia 2012 roku (Rep. A nr 12521/2012) jako następcą prawny spółki Produkty Klasztorne sp. z o.o. (nr KRS 0000150172). Czas trwania Spółki jest nieoznaczony. Obecnie Spółka wpisana jest do Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. St. Warszawa – w Warszawie, XIII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego.

Zgodnie ze Statutem Spółki przedmiotem jej podstawowej działalności w okresie obrotowym 2022 zgodnie PKD była sprzedaż hurtowa narzędzi technologii informacyjnej i komunikacyjnej.

Spółka zależna I-Dotcom LLC z siedzibą w Henderson w Stanach Zjednoczonych, jest zarejestrowana w stanie Nevada pod numerem NV20141330114. Przedmiotem działalności spółki I-Dotcom LLC jest sprzedaż oprogramowania i technologii informatycznej.

II. ZDARZENIA DOTYCZĄCE DZIAŁALNOŚCI W 2022 r.

II.1 PROFIL DZIAŁALNOŚCI

Planet B2B S.A. wraz ze spółką zależną I-Dotcom LLC, w której Emitent posiada 51% udziałów (Grupa Planet B2B) są spółkami technologicznymi których działalność koncentruje się na tworzeniu i dostarczaniu zaawansowanych rozwiązań, narzędzi, technologii i oprogramowania dla rynku e-commerce, ułatwiającego działalność handlową w Internecie, w szczególności na rynku B2B tj. dla rynku dystrybucyjnego i hurtowego.

Grupa Planet B2B kieruje swoje produkty do średnich i dużych dystrybutorów i hurtowni. Obecnie Spółka sukcesywnie rozwija swoją działalność na dwóch rynkach: na rynku polskim oraz rynku Stanów Zjednoczonych.

Podstawowe informacje o produktach i ich technologii

Podstawowym produktem Grupy Planet B2B jest Platforma Planet B2B, której moduły jako całość lub część umożliwiają indywidualne dostosowanie jej funkcjonalności do potrzeb biznesowych firm handlowych. Spółka w ramach swojej platformy oferuje następujące rozwiązania:

- **Planet B2B Wholesale (Dystrybucja hurtowa)** - Dystrybutorzy, hurtownie i producenci korzystają z Platformy Planet B2B do sprzedaży dla autoryzowanych odbiorców. Dzięki integracji z systemem magazynowo-księgowym kupujący otrzymują indywidualne ceny, aktualne stany dostępności, wymianę danych EDI/XML oraz indywidualne programy lojalnościowe.
- **Planet B2B Dropshipping (Automatyzacja Dropshipping)** Platforma Planet B2B dostarcza rozwiązań dla firm, które chcą prowadzić sprzedaż w modelu dropship. Wspierane jest generowanie katalogów dla sprzedawców XML oraz obsługa zamówień do klienta końcowego.
- **Planet B2B Procurement (Portal Zakupów Katalogowych)** Przedsiębiorstwa i korporacje korzystają z gotowych rozwiązań Platformy Planet B2B do prowadzenia procesów zakupowych w elektronicznych katalogach. Dzięki umożliwieniu pracownikom samodzielnego zamawiania towarów i usług od autoryzowanych dostawców możliwe są duże oszczędności w dziale zakupów przy pełnej kontroli kosztów i budżetów.
- **Planet B2B Marketplace (Marketplace Builder)** Większe firmy oferujące sprzedaż w modelu marketplace korzystają z Platformy Planet B2B do budowy własnego portalu B2B. Dostępne są moduły zarówno dla sprzedawców, jak i odbiorców oraz administracja portalem sprzedaży.
- **Planet B2B Amazon (Sprzedaż B2B na portalu Amazon)** Platforma Planet B2B zapewnia usługi i technologie pozwalające na wprowadzenie oferty produktowej B2B na największym portalu e-commerce Amazon, zarówno w Europie jak również w USA.
- **Planet B2B International Seller (Sprzedaż Crossborder)** Platforma Planet B2B zapewnia międzynarodowy zasięg sprzedaży i działa na wielu rynkach dzięki wsparciu wielu języków i walut. Wspierana jest także promocja oferty w zagranicznych portalach B2B.

Ponadto w ramach usług Grupa Planet B2B oferuje:

- **Planet B2B ERP Connector.** Umożliwia on połączenie własnego systemu księgowego lub ERP dla automatyzacji rozliczeń, indywidualnych cen sprzedaży, finansowania zakupów i faktur elektronicznych.
- **Planet B2B Inventory.** Zapewnia możliwości synchronizacji własnych magazynów i punktów odbioru osobistego zamówień. Integracja z systemami kurierskimi zapewnia też automatyzację wysyłek.
- **Planet B2B Fullfilment.** Umożliwia integrację dostawców w czasie rzeczywistym za pomocą EDI, API, XML i innych formatów danych. Zewnętrzni dostawcy mogą również obsługiwać zamówienia w panelu webowym.
- **Planet B2B Catalog.** Katalogi produktów to podstawa efektywnej sprzedaży on-line. Planet B2B zapewnia procesy budowania własnych katalogów w oparciu o zewnętrzne bazy katalogowe i dane od dostawców i producentów.

Dostarczanie usług Platformy Planet B2B jest rozwiązaniem chmurowym, dzięki czemu możliwe jest jego szybkie wdrożenie i korzystanie z niego w dowolnym czasie i w dowolnym miejscu na świecie. Grupa Planet B2B oferuje swoje rozwiązania w systemie abonamentowym zapewniając ciągłość działania i bieżące aktualizacje oprogramowania.

II.2 ZDARZENIA ISTOTNIE WPŁYWAJĄCE NA DZIAŁALNOŚĆ SPÓŁKI I JEJ GRUPY KAPITAŁOWEJ, JAKIE WYSTĄPIŁY W ROKU OBROTOWYM 2022

Zakup udziałów w I-Dotcom LLC i powstanie Grupy Kapitałowej Planet B2B

W dniu 19 grudnia 2022 r. Emitent podpisał umowę nabycia od osoby fizycznej udziałów w spółce I-Dotcom LLC z siedzibą w Henderson w Stanach Zjednoczonych, zarejestrowanej w stanie Nevada pod numerem NV20141330114 (dalej "Umowa"). Nabyte udziały w spółce I-Dotcom LLC stanowią 51% (słownie: pięćdziesiąt jeden procent) wszystkich udziałów tej spółki. Nabycie udziałów zostało

sfinansowane ze środków własnych Emitenta za łączną cenę 51.000 USD, przy czym zgodnie z umową całkowita płatność za nabywane udziały nastąpi nie później niż w ciągu 30 dni od daty podpisania umowy. Płatność za nabywane udziały została uregulowana w całości.

I-Dotcom LLC to amerykańska firma informatyczna budująca i obsługująca systemy logistyczne, płatnicze oraz systemy do obsługi e-commerce, głównie dla modelu B2B. Ponadto I-Dotcom LLC jest obecny od lat w amerykańskim segmencie platform do obsługi zamówień dla sprzedawców wielokanałowych, ze szczególnym uwzględnieniem obsługi sprzedawców na Amazon Marketplace oraz dostawców rządowych z umowami GSA (General Services Administration).

Emitent od początku swojej działalności w segmencie e-commerce współpracował na zasadach komercyjnych ze spółką I-Dotcom LLC. Dzięki bezpośredniemu zaangażowaniu Emitenta w amerykańską spółkę możliwe będzie bezpośrednie zintensyfikowanie rozwoju sprzedaży posiadanych rozwiązań e-commerce i licencji na rynku amerykańskim. I-Dotcom LLC jest obecny na rynku amerykańskim od 2004 r.

Nabycie udziałów w I-Dotcom spowodowało powstanie grupy kapitałowej, w której podmiotem dominującym jest Planet B2B S.A. Począwszy od daty nabycia tj. od dnia 19 grudnia 2022 r. Emitent konsoliduje wyniki I-Dotcom LLC.

III. WIELKOŚĆ I RODZAJE KAPITAŁÓW WŁASNYCH I AKCJI

III.1. WIELKOŚĆ KAPITAŁU PODSTAWOWEGO I JEGO STRUKTURA

Żadne akcje Emitenta nie są uprzywilejowane.

Akcje serii A, B, C, D, E, G, H i I Planet B2B S.A. są wprowadzone do obrotu w Alternatywnym Systemie Obrotu na rynku NewConnect, prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. Akcje serii F nie są wprowadzone do Alternatywnego Systemu Obrotu na rynku NewConnect, prowadzonego przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A.

Struktura kapitału zakładowego Planet B2B S.A. na dzień publikacji raportu

Wysokość kapitału zakładowego Spółki na dzień publikacji raportu wynosi 33 278 446,10 (słownie: trzydzieści trzy miliony dwieście siedemdziesiąt osiem tysięcy czterysta czterdzieści sześć złotych dziesięć groszy) i dzieli się na:

- a) 4.495.000 (słownie: cztery miliony czterysta dziewięćdziesiąt pięć tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii A, o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda akcja,
- b) 4.500.000 (słownie: cztery miliony pięćset tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii B, o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda akcja,
- c) 2.390.500 (słownie: dwa miliony trzysta dziewięćdziesiąt tysięcy pięćset) akcji zwykłych na okaziciela serii C o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda akcja,
- d) 1.250.000 (słownie: jeden milion dwieście pięćdziesiąt tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii D o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda akcja,
- e) 3.685.650 (słownie: trzy miliony sześćset osiemdziesiąt pięć tysięcy sześćset pięćdziesiąt) akcji zwykłych na okaziciela serii E o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda akcja,
- f) 265.563.630 (słownie: dwieście sześćdziesiąt pięć milionów pięćset sześćdziesiąt trzy tysiące sześćset trzydzieści) akcji zwykłych na okaziciela serii F o wartości nominalnej 0,10 zł (dziesięć groszy) każda akcja,
- g) 41.779.061 (słownie: czterdzieści jeden milionów siedemset siedemdziesiąt dziewięć tysięcy sześćdziesiąt jeden) akcji zwykłych na okaziciela serii G o wartości nominalnej 0,10 zł (słownie: dziesięć groszy) każda akcja,
- h) 3.413.620 (słownie: trzy miliony czterysta trzynaście tysięcy sześćset dwadzieścia) akcji zwykłych na okaziciela serii H o wartości nominalnej 0,10 zł (słownie: dziesięć groszy) każda akcja.

i) 5.707.000 (słownie: pięć milionów siedemset siedem tysięcy) akcji zwykłych na okaziciela serii I o wartości nominalnej 0,10 zł (słownie: dziesięć groszy) każda akcja.

Lp.	Seria akcji	Liczba akcji w (szt.)	Udział w kapitale zakładowym (w proc.)	Liczba głosów (w sztukach)	Udział w ogólnej liczbie głosów (w proc.)
1	A	4 495 000	1,35%	4 495 000	1,35%
2	B	4 500 000	1,35%	4 500 000	1,35%
3	C	2 390 500	0,72%	2 390 500	0,72%
4	D	1 250 000	0,38%	1 250 000	0,38%
5	E	3 685 650	1,11%	3 685 650	1,11%
6	F	265 563 630	79,80%	265 563 630	79,80%
7	G	41 779 061	12,55%	41 779 061	12,55%
8	H	3 413 620	1,03%	3 413 620	1,03%
9	I	5 707 000	1,71%	5 707 000	1,71%
Razem		332 784 461	100,00%	332 784 461	100,00%

Struktura akcjonariatu Planet B2B S.A. – stan na dzień publikacji raportu

Imię i nazwisko / nazwa	Liczba akcji	Udział w kapitale zakładowym	Udział w liczbie głosów na WZA
Grzegorz Siwiński (poprzez spółki B2B Online sp. z o.o.)	294 588 630	88,52%	88,52%
Pozostali akcjonariusze	38 195 831	11,48%	11,48%
SUMA	332 784 461	100,00%	100,00%

Źródło: Emitent

III.2. STAN INNYCH KAPITAŁÓW (FUNDUSZÓW) TWORZONYCH PRZEZ JEDNOSTKĘ

Emitent na dzień 31.12.2022 r. nie dysponował kapitałem zapasowym.

III.3. WARTOŚĆ NOMINALNA NABYTYCH WŁASNYCH UDZIAŁÓW LUB AKCJI PRZEZ SPÓŁKĘ

Na dzień 31 grudnia 2022 r. Emitent nie posiadał akcji własnych.

IV. SYTUACJA GOSPODARCZA I FINANSOWA JEDNOSTKI

Poniżej prezentujemy podstawowe dane syntetyczne i analityczne o działalności i sytuacji jednostki.

IV.1. PRZYCHODY PODSTAWOWE, WYKAZANE W RACHUNKU ZYSKÓW I STRAT (Z PODZIAŁEM NA GRUPY PRZYCHODÓW)

Dane jednostkowe

L. p.	Rodzaj (grupa) przychodów (w zł)	I – XII 2021 roku	I – XII 2021 roku
1	Przychody ze sprzedaży i zrównane z nimi	504 758,24	1 359 374,52
2	Pozostałe przychody operacyjne	7 755,46	0,00
3	Przychody finansowe	5 644,65	14 721,79

W całym 2022 r. łączne jednostkowe przychody ze sprzedaży wyniosły 504 758,24 tys. zł. W stosunku do roku poprzedniego nastąpił znaczący spadek przychodów. Było to związane z niezrealizowaniem negocjowanych kontraktów na rynku polskim. Pozostałe przychody operacyjne wyniosły 7 755,46 zł. Osiągnięte przychody finansowe były głównie związane z rozliczeniem różnic kursowych dotyczących płatności w USD na rzecz Emitenta z tytułu sprzedaży platform Planet B2B oraz abonamentów wynikających z licencji i ich utrzymania na rynku amerykańskim.

Dane skonsolidowane

L. p.	Rodzaj (grupa) przychodów (w zł)	Rok zakończony dnia 31 grudnia 2022 r. (Okres 19 - 31 grudnia 2022 r.)	I – XII 2021 roku
1	Przychody ze sprzedaży i zrównane z nimi	625 185,93	1 359 374,52
2	Pozostałe przychody operacyjne	7 755,46	0,00
3	Przychody finansowe	5 645,57	14 721,79

IV.2. GŁÓWNE POZYCJE KOSZTÓW

Dane jednostkowe

	Rok zakończony dnia 31 grudnia 2022 r. (Okres 19 - 31 grudnia 2022 r.)	Rok zakończony dnia 31 grudnia 2021 roku
Amortyzacja	297 900,00	119 433,33
Zużycie materiałów i energii	2 254,00	1 439,23
Usługi obce	82 268,00	599 277,99
Podatki i opłaty	7 789,15	350,00
Wynagrodzenia	121 909,95	22 050,00

Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	10 303,72	3 953,57
Pozostałe koszty rodzajowe	450,00	4 000,00

Koszty według rodzaju, razem (w zł)	522 874,82	750 504,12
--	-------------------	-------------------

W roku 2022 r. główne koszty Emitenta wyniosły 522,9 tys. zł i wiązały się głównie z amortyzacją 297,9 tys. zł. I wynagrodzeniami 121,9 tys zł. Koszty usług obcych związane były z zakupem zewnętrznych usług programistycznych do realizacji wdrożeń Platform B2B na rynku polskim i USA. Jak również kosztami utrzymania statusu spółki publicznej.

Dane skonsolidowane

	Rok zakończony dnia 31 grudnia 2022 r. (Okres 19 - 31 grudnia 2022 r.)	Rok zakończony dnia 31 grudnia 2021 roku*
Amortyzacja	297 900,00	119 433,33
Zużycie materiałów i energii	109 639,93	1 439,23
Usługi obce	119 650,32	599 277,99
Podatki i opłaty	7 789,15	350,00
Wynagrodzenia	121 909,95	22 050,00
Ubezpieczenia społeczne i inne świadczenia	10 303,72	3 953,57
Pozostałe koszty rodzajowe	450,00	4 000,00
Koszty według rodzaju, razem (w zł)	667 643,07	750 504,12

*Jednostkowe dane porównywalne

IV.3. SPECYFIKACJA GŁÓWNYCH POZYCJI ZAPASÓW (SUROWCE, MATERIAŁY POMOCNICZE, PRODUKCJA NIEZAKOŃCZONA I WYROBY GOTOWE, TOWARY)

Jednostka na koniec okresu obrachunkowego na dzień 31 grudnia 2022, nie posiadała zapasów materiałów jak i towarów.

IV.4. KOSZTY FINANSOWE

Dane jednostkowe

	Rok zakończony dnia 31 grudnia 2022 roku	Rok zakończony dnia 31 grudnia 2021 roku
Odsetki, w tym:	28 520,88	129
- odsetki dla spółek powiązanych	-	-
Strata ze zbycia inwestycji, w tym:	0,00	0,00
Aktualizacja wartości inwestycji, w tym:	-	-
- udziały zakupionych spółek	-	-
- zakupione akcje własne	-	-
Inne	17 650,28	8 365,63
Koszty finansowe, razem (w zł)	46 171,16	8 494,63

Dane skonsolidowane

	Rok zakończony dnia 31 grudnia 2022 r. (Okres 19 - 31 grudnia 2022 r.)	Rok zakończony dnia 31 grudnia 2021 roku*
Odsetki, w tym:	28 520,88	129
- odsetki dla spółek powiązanych	-	-
Strata ze zbycia inwestycji, w tym:	0,00	0,00
Aktualizacja wartości inwestycji, w tym:	-	-
- udziały zakupionych spółek	-	-
- zakupione akcje własne	-	-
Inne	17 650,28	8 365,63
Koszty finansowe, razem (w zł)	46 171,16	8 494,63

*Jednostkowe dane porównywalne

V. WSKAZANIE WSZELKICH ISTOTNYCH ZMIAN W SYTUACJI FINANSOWEJ I MAJĄTKOWEJ EMITENTA I ORAZ INNYCH INFORMACJI ISTOTNYCH DLA ICH OCENY, KTÓRE POWSTAŁY PO DNIU BILANSOWYM

Po dniu bilansowym do daty publikacji niniejszego sprawozdania rocznego nie wystąpiły żadne istotne zmiany w sytuacji finansowej i majątkowej Emitenta i jego Grupy Kapitałowej, z wyjątkiem zawarcia umowy nabycia w dniu 23 stycznia 2023 r. od spółki B2B Online sp. z o.o. ("Autor") - podmiotu dominującym Emitenta praw autorskich do programu komputerowego (platformy internetowej B2B)

Zgodnie z przedmiotową umową nabycia B2B Online sp. z o.o. przeniósł na Emitenta wszystkie autorskie prawa majątkowe dotyczące platformy internetowej B2B, w szczególności zakresie następujących pól eksploatacji:

- a. trwałe lub czasowe utrwalanie lub zwielokrotnianie w całości lub w części, jakimikolwiek środkami i w jakiejkolwiek formie, niezależnie od formatu, systemu lub standardu, w tym techniką drukarską, techniką zapisu magnetycznego, techniką cyfrową lub poprzez wprowadzanie do pamięci komputera oraz trwałe lub czasowe utrwalanie lub zwielokrotnianie takich zapisów, włączając w to sporządzanie ich kopii oraz dowolne korzystanie i rozporządzanie tymi kopiami,
- b. stosowanie, wprowadzanie, wyświetlanie, przekazywanie i przechowywanie niezależnie do formatu, systemu lub standardu,
- c. użyczenie, najem lub dzierżawa,
- d. publiczne rozpowszechnianie, w szczególności wyświetlanie, publiczne odtwarzanie, nadawanie i reemitowanie w dowolnym systemie lub standardzie, a także publiczne udostępnianie Utworu w ten sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i czasie przez siebie wybranym,
- e. wprowadzanie do pamięci komputera,
- f. rozpowszechnianie w sieci Internet oraz w sieciach zamkniętych,
- g. publikowanie w chmurze komputerowej u dowolnego dostawcy
- h. opracowanie, przetwarzanie, wprowadzanie zmian, poprawek i modyfikacji utworu,
- i. zezwolenie na tworzenie opracowań, przeróbek i modyfikacji Utworu, prawo do rozporządzania opracowaniami, przeróbkami i adaptacjami Utworu oraz prawo udostępniania ich do korzystania, w tym udzielania licencji na rzecz osób trzecich, na wszystkich wymienionych powyżej polach eksploatacji,

j. prawo do zwielokrotniania kodu (kod źródłowy zostanie dostarczony na rzecz Nabywcy na nośniku elektronicznym lub tłumaczenia jego formy (dekompilacja), włączając w to prawo do trwałego lub czasowego zwielokrotniania w całości lub w części jakimikolwiek środkami i w jakiejkolwiek formie, a także opracowania (tłumaczenia, przystosowania lub jakichkolwiek innych zmian) bez ograniczania warunków dopuszczalności tych czynności, w szczególności, ale nie wyłącznie, w celu wykorzystania dla celów współdziałania z programami komputerowymi lub rozwijania, wytwarzania lub wprowadzania do obrotu, użyczania, najmu, lub innych form korzystania o podobnej lub zbliżonej formie.

Jednocześnie Autor przenosi na Spółkę prawa do ingerowania w strukturę Utworu, a także do dokonywania modyfikacji i utworów zależnych.

Niniejsza umowa zastępuje w całości wcześniejszą umowę licencyjną pomiędzy Autorem a Emitentem z dnia 22 stycznia 2020 r. (raport bieżący nr 4/2020) wraz z aneksem zmieniającym z dnia 20 sierpnia 2021 r. (raport bieżący nr 4/2021).

W ocenie Zarządu Emitenta zawarcie o przeniesienie praw autorskich do platformy internetowej B2B jest zdarzeniem strategicznym dla dalszego rozwoju Spółki i istotnym z punktu widzenia potencjalnych korzyści dla Emitenta i Grupy kapitałowej Emitenta.

VI. SYTUACJA KADROWA JEDNOSTKI

W roku 2022 jak również na dzień sporządzenia niniejszego raportu rocznego Emitent zatrudniał jedną osobę na umowę o pracę i 2 osoby na umowę zlecenie. W skład Zarządu wchodziła jedna osoba. Rada Nadzorcza składała się z 6 członków. Członkowie Zarządu i Rady Nadzorczej nie pobierają świadczeń finansowych z tytułu pełnienia swoich funkcji.

Spółka zależna I-Dotcom LLC (USA) nie zatrudniała pracowników. Współpracowała z programistami na zasadzie usług zlecenia B2B (fakturowanych) w zależności od bieżących potrzeb.

VI.1. KIEROWNICTWO JEDNOSTKI

Skład Zarządu Emitenta

Zarząd Emitenta powoływany jest przez Radę Nadzorczą.
W całym roku 2022 Zarząd pracował w następującym składzie:

Zarząd

Imię i nazwisko	Funkcja
Paweł Wieliczko	Prezes Zarządu

Skład Rady Nadzorczej

Rada Nadzorcza w całym 2022 r. składała się z następujących osób:

Rada Nadzorcza

Imię i nazwisko	Funkcja
Grzegorz Siwiński	Przewodniczący Rady Nadzorczej
Andrzej Kielczewski	Członek Rady Nadzorczej
Marcin Ostrowski	Członek Rady Nadzorczej
Leszek Czech	Członek Rady Nadzorczej
Urszula Rybiańska	Członek Rady Nadzorczej
Marek Trawiński	Członek Rady Nadzorczej

W roku 2022 w składzie Rady Nadzorczej nie nastąpiły żadne zmiany.

VI.2. WIELKOŚĆ ZATRUDNIENIA

W roku 2022 jak również na dzień sporządzenia niniejszego raportu rocznego Emitent zatrudniał jedną osobę na umowę o pracę i 2 osoby na umowę zlecenie. W skład Zarządu wchodziła jedna osoba. Rada Nadzorcza składała się z 6 członków.

Zarząd i Rada Nadzorcza nie pobierają świadczeń finansowych z tytułu pełnienia swoich funkcji.

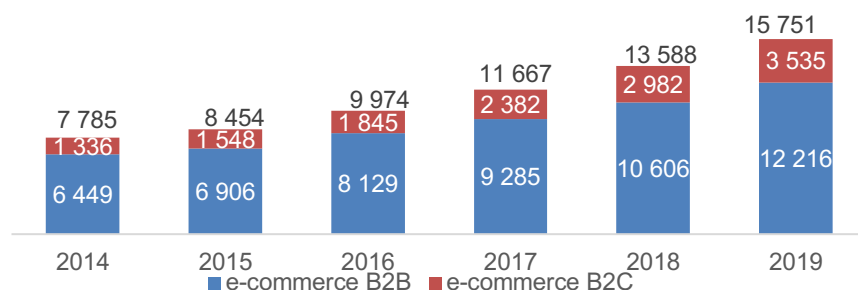
Spółka zależna I-Dotcom LLC (USA) nie zatrudniała pracowników. Współpracowała z programistami na zasadzie usług zlecenia B2B (fakturowanych) w zależności od bieżących potrzeb.

VII. RYNEK DZIAŁALNOŚCI I PRZEWIDYWANY ROZWÓJ SPÓŁKI

1. Rynek B2B e-commerce

Wartość całego rynku e-commerce dla 2019 roku szacuje się przynajmniej na 15 751 mld USD. W ostatnich pięciu latach sprzedaż internetowa na Świecie wzrastała średnio o około 15% w każdym roku. Główna część tego rynku przypada na e-commerce B2B – w przybliżeniu 80%. Gotowy produkt firmy jest często wynikiem wielu transakcji B2B, które pomagają stworzyć łańcuch dostaw i zaopatrzyć ją w towary i materiały potrzebne do wytworzenia tego produktu.

Wielkość rynku e-commerce na świecie (w mld USD)

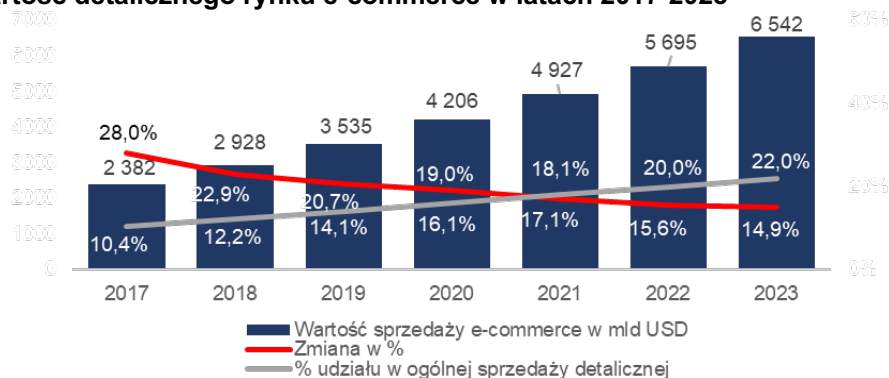


Źródło: www.statista.com

Szacuje się, że wielkość globalnego rynku handlu elektronicznego między przedsiębiorstwami osiągnie 20,9 bln USD w 2027 roku, (średnioroczne tempo wzrostu na poziomie 17,5% w okresie prognozy)¹.

Według prognoz, w 2023 roku światowa wartość rynku e-commerce B2C wyniesie 6 542 mld USD, co będzie stanowić 22,0% całości sprzedaży detalicznej.

Globalna wartość detalicznego rynku e-commerce w latach 2017-2023



Źródło: www.statista.com za eMarketer.com

¹ Źródło: Raport Business-to-Business E-Commerce Market Size, Share & Trends Analysis Report by Deployment Model, by Application, by Region i Segment Forecasts, 2020-2027”

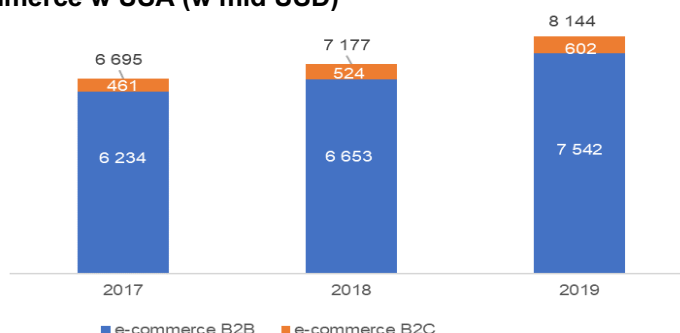
Pandemia COVID-19 i dążenie do ograniczenia ryzyka zakażenia się wirusem spowodowały trwałe zmiany w zachowaniach zakupowych zarówno firm jak i konsumentów. Dlatego też należy się spodziewać, że w kolejnych latach e-commerce będzie rozwijać się szybciej niż zakładają prognozy sporządzone tuż przed wybuchem pandemii.

USA

Wielkość rynku e-commerce w USA jest największa na świecie. Jego wartość w 2019 roku szacowano na około 8 144 mld USD. Zdecydowana większość tego rynku przypada na transakcje pomiędzy firmami.

W 2019 roku e-commerce miało 13% udziału w ogólnej sprzedaży pomiędzy firmami. Według przewidywań, w 2023 roku udział ten wzrośnie do 17%. Prognozowany jest także dynamiczny rozwój rynku e-commerce B2C – w latach 2019-2024 prawdopodobnie wzrośnie on o 40%.

Wielkość rynku e-commerce w USA (w mld USD)



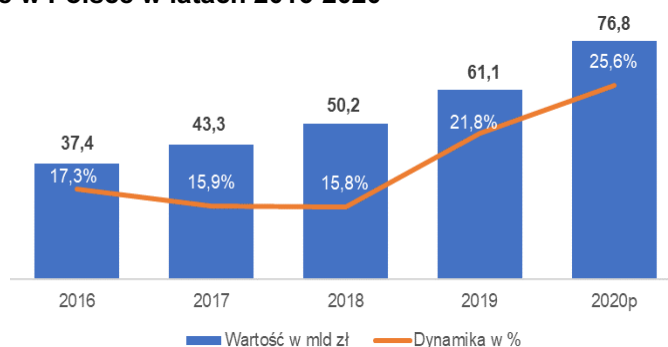
Źródło: www.statista.com, UNCTAD oraz www.digitalcommerce360.com

Początki polskiego handlu internetowego sięgają 1997 roku, kiedy to powstał pierwszy e-sklep. Niestety brak jest danych na temat całości rynku e-commerce w Polsce. Najnowsze statystyki dotyczą jedynie e-commerce B2C. W 2019 roku wartość internetowej sprzedaży detalicznej wyniosła 61,1 mld zł i była o 21,8% wyższa niż w poprzednim roku. Handel internetowy stanowił około 11% wartości całości sprzedaży detalicznej.

Z raportu sporządzonego przez Gemius, przygotowanego we współpracy z Izbą Gospodarki Elektronicznej, *E-commerce w Polsce 2020* wynika, że w 2020 roku 73% ankietowanych internautów deklaruowało kupowanie on-line (wobec 62% w 2019 roku). Wpływ na ten wynik miała niewątpliwie pandemia COVID-19 i obawy z nią związane (obawa zakażenia, ograniczenia swobód, jak i braku niektórych podstawowych artykułów potrzebnych do codziennej egzystencji).

Wg prognoz PMR, w 2020 roku wartość e-commerce B2C miała wzrosnąć do 76,8 mld zł. Zdaniem analityków, w związku z pandemią COVID-19, jego wartość w 2020 roku może wynieść nawet 100 mld zł. Wcześniejsze prognozy zakładały, że w okresie 2019-2024 wartość e-commerce B2C niemal się podwoi i w 2024 roku wyniesie 118 mld zł.

Wartość e-commerce w Polsce w latach 2016-2020



Źródło: PMR

Niedostępne są aktualne informacje na temat wielkości rynku e-commerce B2B w Polsce. W raporcie Izby Gospodarki Elektronicznej *Trendy w sprzedaży B2B w Polsce w 2015* szacowano wielkość rynku e-commerce B2B na 215 mld zł w 2014 roku. Wielkość tego rynku określono na podstawie podanego przez Eurostat udziału e-commerce w obrotach polskich firm, który wynosił w 2014 roku 12%. Według najnowszych danych Eurostatu, w 2019 roku z e-commerce pochodziło 18% obrotów polskich firm zatrudniających 10 i więcej pracowników.

W przytoczonego raportu Izby Gospodarki Elektronicznej wynika, że z e-commerce nie korzystało 40% polskich firm.

Kanały sprzedaży w sektorze B2B



Powyższe dane wskazują na znaczny potencjał rozwojowy polskiego rynku e-commerce B2B. Oprócz korzyści, które on przynosi zarówno dostawcom jak i odbiorcom, do jego dynamicznego rozwoju przyczyni się zarówno pandemia COVID-19, która na trwałe wpłynęła na zachowania zakupowe klientów. Rozwój tego rynku powinny stymulować także działania UE w ramach kolejnej perspektywy budżetowej, w której znaczne środki zostaną przeznaczone na ekologię i rozwój gospodarki cyfrowej.

Model obsługi sprzedażowej klientów biznesowych (b2b)

Tradycyjny proces zawierania transakcji handlowych pomiędzy firmami jest długotrwały i złożony. W zależności od branży i wartości konkretnej transakcji trwa od kilku dni do kilkunastu miesięcy. Decyzja o zakupie, a nawet o samym kontakcie z potencjalnym dostawcą, poprzedzona jest zbieraniem informacji na temat produktów czy usług. Dotychczas głównym sposobem pozyskiwania wiedzy był kontakt z przedstawicielem handlowym. Pomimo że nadal dominuje tradycyjny, kosztowny model sprzedaży, w ostatnich latach branża handlu B2B i dystrybucji przeszła znaczącą ewolucję. Klienci biznesowi stali się coraz bardziej wymagający. Oczekują nowoczesnych standardów obsługi, których doświadczają jako konsumenci indywidualni. Systemy e-commerce B2B są wdrażane przez coraz większą liczbę firm, a ich możliwości są stale rozbudowywane. Szybkie i intuicyjne zakupy w kanale on-line, pełny dostęp do informacji o produktach i statusie zamówień czy elastyczne modele logistyczne, powoli przestają stanowić elementy przewagi konkurencyjnej, a stają się standardowymi wymaganiami. Sprzedaż relacyjna nie jest już jedynym i najskuteczniejszym sposobem generowania przychodu.

Ten szybko przyspieszający trend jest napędzany przez coraz bardziej doświadczoną cyfrowo grupę demograficzną. Milenialsi na stanowiskach kierowniczych zmieniają proces zakupów. 97 proc. millenialsów zazwyczaj realizuje swoje zakupy osobiste w Internecie i ta preferencja przenosi się do sfer zawodowych. Już teraz 26 proc. kupujących B2B identyfikuje platformy cyfrowe jako najbardziej preferowany kanał zakupów.

Firmy mogą tworzyć własne systemy sprzedaży internetowej bądź korzystać z tzw. marketplace. Są to zaawansowane systemy sprzedażowe pozwalające sprzedawać towary wielu różnym dostawcom przy wykorzystaniu systemu oprogramowania i interfejsu operatora marketplace. Najbardziej znane duże marketplace na świecie to: międzynarodowy potentat ebay, amerykański Amazon lub chiński AliExpress. W polskich realiach marketplace kojarzy się przede wszystkim z portalem aukcyjnym Allegro.

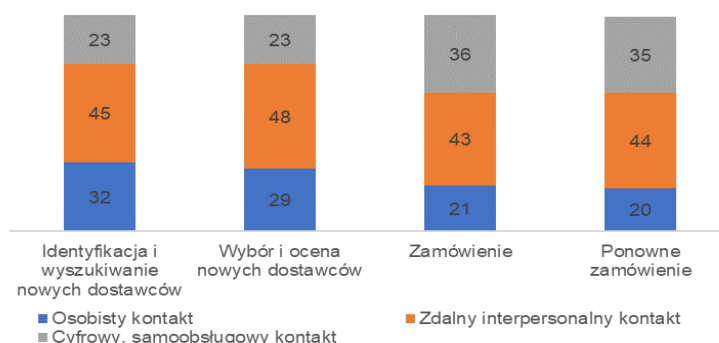
Platformy handlowe zapewniają kupującym przejrzystość, której szukają w procesie zakupu, w uproszczony, przyjazny dla użytkownika sposób. Marketplace B2B ułatwiają porównywanie różnych

produktów i dostawców, cen i specyfikacji produktów, czasu dostawy i kosztów u różnych dostawców. Natomiast dla sprzedających do głównych ich zalet należy zaliczyć stosunkowo niską barierę wejścia. Nie ma potrzeby uruchamiać zupełnie nowej witryny e-commerce, można ją skonfigurować szybko i przy niewielkiej początkowej inwestycji finansowej. Największą zaletą marketplace jest jednak możliwość dotarcia do szerszej bazy klientów. Korzystający z marketplace wskazują także na ich wady, takie jak: utrata kontaktu i możliwość poznania swoich klientów oraz wysokie opłaty transakcyjne.

Tradycyjny, oparty o rozbudowane działy obsługi, infolinię czy handlowców jest dość kosztowny, a wraz ze wzrostem wynagrodzeń udział kosztów obsługi handlu w kosztach całkowitych wzrasta. 60 proc. menedżerów sprzedaży w firmach B2B uważa, że digitalizacja organizacji procesów handlowych będzie mieć kluczowe znaczenie dla sukcesu ich działalności. Portale B2B pomagają przedsiębiorstwom w dotarciu do odległych obszarów i stają się sposobem prowadzenia biznesu na całym świecie. Ułatwiają one nawiązywanie nowych relacji handlowych między firmami, a także wspierają istniejące relacje. Co więcej, platformy handlu elektronicznego B2B umożliwiają firmom obniżenie kosztów marketingu, lepsze zarządzanie dostawcami i klientami oraz zwiększają zaangażowanie w sprzedaż.

Pandemia COVID-19 zmusiła kupujących i sprzedających B2B do masowego przejścia na technologię cyfrową. To, co zaczęło się jako reakcja na kryzys, teraz stało się normalnością. Badanie McKinsey na temat zachowań decydentów na całym świecie w różnych branżach od początku pandemii ujawnia, że wielka cyfrowa zmiana trwa. Według tych badań, 70-80% ankietowanych decydujących o dostawach preferowało zdalny interpersonalny lub cyfrowy kontakt ze sprzedawcą. Według badania ankietowego McKinsey interakcje cyfrowe są teraz dwa razy ważniejsze dla klientów niż przed pandemią. Jednym z głównych powodów tego zjawiska jest bezpieczeństwo i ograniczenie ryzyka zakażenia się COVID-19. Niekorzystający do tej pory z kanałów zdalnych przekonali się jednocześnie o korzyściach z tego typu interakcji w postaci ułatwień w zakresie uzyskania informacji, składania zamówień i organizowania usług. Tylko około 20 proc. ankietowanych kupujących B2B twierdziło, że ma nadzieję na powrót do sprzedaży osobistej.

Preferowane sposoby kontaktu z przedstawicielami handlowymi dostawców



Źródło: McKinsey

2. Kierunki rozwoju rynku, na którym działa Planet B2B S.A.

Z uwagi na zalety e-commerce, zarówno dla sprzedających jak i kupujących, w kolejnych latach spodziewany jest dalszy dynamiczny wzrost rynku e-commerce zarówno w ujęciu wartościowym i ilościowym

Sposób prowadzenia działań sprzedażowych w relacjach B2B zauważalnie się zmienia w kierunku modelu sprzedaży wielokanałowej (multichannel). Jednakże w większości przypadków kanały sprzedażowe stosowane w firmie są nie w pełni zintegrowane, co jest charakterystyczne dla modelu omnichannel.

Omnichannel, to nowe spojrzenie na wielokanałowość. Celem tego sposobu dystrybucji jest zapewnienie spójnego doświadczenia zakupowego klientowi bez względu na to, w którym kanale lub kanałach wchodzi w interakcję ze sprzedawcą.

W przypadku handlu B2B wprowadzenie omnichannel jest niezwykle trudne. Charakter, częstotliwość i wielkość zamówień klientów biznesowych jest bardzo zróżnicowana. Obecnie, kiedy klienci mają do dyspozycji różne kanały sprzedaży, poziom skomplikowania procesów sprzedażowych i logistycznych, którymi należy zarządzać, istotnie rośnie. Omnichannel w B2B to nie tylko platforma internetowa, salony sprzedaży i handlowcy. To również kwestie związane z integracją rozwiązań IT z systemami partnerów

biznesowych. W skutecznym wdrożeniu modelu omnichannel kluczową rolę odgrywają rozwiązania informatyczne, które pozwalają na zapewnienie dostępności towaru i umożliwiają sprawną i szybką obsługę zamówień.

Z badań ankietowych dotyczących procesów zakupowych B2B wynika, że w 2021 roku jedna trzecia kupujących chciałaby 90% lub całość swoich zakupów dokonywać on-line. Większość kupujących szuka pomocy w kontakcie interpersonalnym, tylko wtedy, gdy nie uzyskuje odpowiedniej informacji w kanałach on-line. Według Accenture, 75% kupujących B2B twierdziło, że kupiliby ponownie od tego samego dostawcy, gdyby mieli zapewniony doskonały system omnichannel. Taki sam odsetek ankietowanych wskazał, że możliwość wyszukiwania informacji o produktach w różnych kanałach jest ważna lub bardzo ważna podczas dokonywania zakupów on-line².

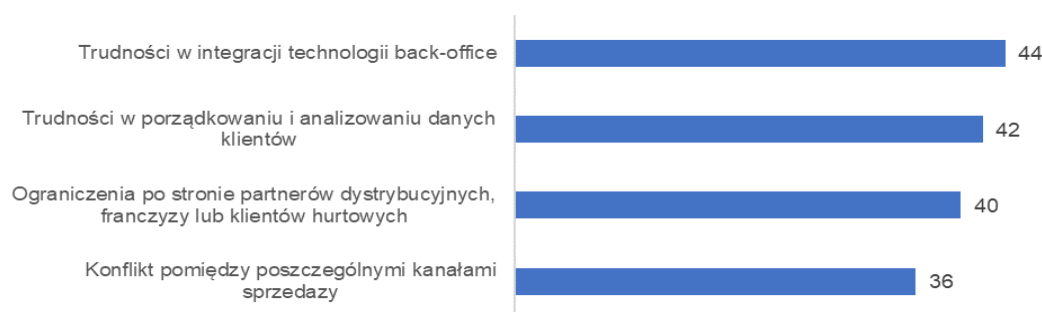
Firmy, które kładą mocny nacisk na rozwój omnichannel e-commerce zatrzymują średnio 89% swoich klientów, podczas gdy średni wskaźnik lojalności klientów wynosi 33%.

Rozwój kanału e-commerce w B2B sprawia, że firmy coraz częściej otwierają kanał sprzedaży on-line na rynki zagraniczne. Dzięki temu możliwe jest intensywne skalowanie sprzedaży i poszukiwanie odbiorców w różnych krajach i kontynentach. Według badań potencjał sprzedaży transgranicznej na najbliższe lata jest ogromny. Eksperci wskazują jednocześnie na wyzwania związane z obsługą logistyczną handlu cross-border, z którymi niewątpliwie będą mierzyć się firmy B2B.

Przeciętny nabywca B2B korzysta z sześciu różnych kanałów w trakcie swojego kontaktu ze sprzedawcą. Jednocześnie 65% kupujących wielokrotnie doświadcza frustracji podczas tych interakcji.

Z drugiej za strony także wielu sprzedających zdaje sobie sprawę z ułomności stosowanych przez siebie systemów handlu internetowego. Wynika to m.in. z faktu, że niektórzy z nich korzystają z rozwiązań e-commerce skierowanych do klientów detalicznych, które zostały tylko przystosowane do handlu między firmami. Dlatego też 61% firm B2B planuje w najbliższym czasie udoskonalić swoje systemy sprzedaży i wdrożyć omnichannel.

Główne ograniczenia stosowanych systemów e-commerce B2B według sprzedawców (w %)



Źródło: *Trendy w handlu i dystrybucji*, SANA

Jednym z podstawowych kierunków usprawniania procesów sprzedażowych B2B jest ich cyfryzacja. 60% menedżerów sprzedaży w firmach B2B twierdzi, że digitalizacja organizacji procesów handlowych będzie miała kluczowe znaczenie dla sukcesu ich działalności.

Digitalizacja procesów handlowych w B2B jest wykorzystywana w celu poprawy jakości obsługi klienta i zredukowania kosztów, jakie generuje sprzedaż i obsługa kontrahentów. Digitalizacja poszczególnych elementów procesu handlowego sprawia, że klient biznesowy może samodzielnie przejść przez większość procesu zakupowego. Rozwój modelu self-service (samoobsługi klienta) w B2B to kierunek, który będzie intensywnie w najbliższym okresie eksploatowany przez największych graczy na rynku.

² Źródło: *Not sure about omnichannel e-commerce for B2B? 3 compelling arguments*, www.sana.com

Ekspertsi podkreślają, że chcąc zachować konkurencyjność przedsiębiorcy będą szukać cyfrowych rozwiązań i przekierowywać coraz większą część sprzedaży do kanałów on-line.

Wyzwaniem w procesie digitalizacji sprzedaży w B2B jest zachowanie równowagi pomiędzy jej automatyzacją, a zapewnieniem klientom poczucia spersonalizowanej obsługi, do której są przyzwyczajeni w tradycyjnym modelu sprzedaży relacyjnej. Platforma B2B powinna być tak zaprojektowana, aby wchodząc na nią klient biznesowy czuł element personalizacji, którego doświadcza, kiedy ma bezpośredni kontakt z handlowcem. Witryna powinna zachowywać dane historyczne, "pamiętać" co klient kupował do tej pory i rekomendować mu produkty, które obecnie najbardziej opłaca mu się kupić. Takie podejście do roli platformy B2B pozwala digitalizować sprzedaż bez obawy utraty przewagi, jaką daje bezpośredni kontakt z handlowcem.

Odpowiadający potrzebom klientów system e-commerce B2B powinien być ponadto zintegrowany z rozwiązaniami IT firmy oraz zapewniać wymianę danych z systemami partnerów biznesowych. Ich integracja jest nie tylko kosztowna i czasochłonna, ale jej brak często stanowi przeszkodę w pełnym wykorzystaniu możliwości, jakie dają nowoczesne rozwiązania informatyczne. Ekspertsi zgodnie przyznają, że opracowanie szybkiego i efektywnego modelu integracji stanowi wyzwanie, które niezmiennie będzie towarzyszyć firmom B2B.

Integracja systemów bywa zadaniem niełatwym. Połączenie różnych systemów jest skomplikowaną i czasochłonną operacją. Długie oczekiwanie na dostarczenie potrzebnych mechanizmów może sprawić, że biznesowo ta integracja po prostu, w momencie wdrożenia, będzie już nieaktualna. Dostawca, który opracuje taki model integracji, który pozwoli wykonywać ją szybko i w rozsądnych kosztach, uzyska znaczną przewagę konkurencyjną."

Decydując się na wybór systemu do e-commerce, zamawiający powinien się upewnić, czy może on zostać zintegrowany z różnego rodzaju rozwiązaniami. Zagadnienia integracji systemów to problem zarządzania ciągłą zmianą. Raz opracowane mechanizmy wymiany danych będą musiały być modyfikowane tak często, jak często będą zmieniane zintegrowane z firmą rozwiązania. Zmiany te często dotyczą nie tylko kwestii technicznych, ale też logicznych, biznesowych. Dostawca rozwiązania musi być zatem gotów na szybkie reagowanie na potrzeby biznesowe klienta. Integracja systemów w B2B już dawno przestała być przewagą konkurencyjną. Obecnie jest ona konieczna do utrzymania się na rynku. Prawdziwą przewagą konkurencyjną staje się za to czas reagowania na zmiany oraz czas implementacji nowych rozwiązań.

Uważa, że w najbliższej przyszłości digitalizacja połączona z integracją systemów stanie się strategią działania dla większości firm i będzie podstawą ich sukcesu. Firmy, które pomyślnie zdigitalizują swoją działalność, doświadczą transformacji całej swojej organizacji. W wyniku tej transformacji osiągną wyższą sprzedaż i rentowność niż ich analogowi konkurenci.

Polski rynek dostawców rozwiązań informatycznych dla e-commerce B2B jest bardzo rozdrobniony. Oprócz największych producentów systemów ERP proponujących drogie rozwiązania, działa na rynku wiele podmiotów oferujących typowe rozwiązania dla handlu elektronicznego.

3. Perspektywy Rozwoju Spółki i Grupy

W poprzednich latach z powodu koronawirusa Covid-19 rynek e-commerce notował niespotykane dotychczas wzrosty. Taka sytuacja przekładała się na zainteresowanie oferowanymi przez Emitenta produktami i rozwiązaniami informatycznymi dla rynku e-commerce. Spółka zakłada, że dalszy dynamiczny rozwój całego rynku e-commerce wpłynie pozytywnie na perspektywy rozwoju Grupy Planet B2B w kolejnych okresach zarówno na rynku polskim jak i Stanów Zjednoczonych.

Zgodnie z założeniami w roku 2022 Emitent przewidywał dużo bardziej zintensyfikowany rozwój sprzedaży posiadanych rozwiązań e-commerce i licencji na rynku USA, który z punktu widzenia osiąganego marży jest dużo bardziej atrakcyjny dla Grupy Planet B2B niż rynek Polski.

Należy zauważyć, że rynek e-commerce B2B w ostatnich latach bardzo dynamicznie rośnie. Wpływa to na zwiększone zapotrzebowanie zgłaszane przez hurtownie, dystrybutorów i producentów na profesjonalne narzędzia sprzedażowe w sieci Internet, które oferuje Emitent i jego spółka zależna.

Biorąc pod uwagę zamiar zwiększonej obecności na rynku Stanów Zjednoczonych Emitent uznał, że najlepszym rozwiązaniem na zaoferowanie swoich rozwiązań informatycznych na rynku amerykańskim będzie powiązanie kapitałowe z innym podmiotem amerykańskim. W dniu 19 grudnia 2022 r. Emitent nabył 51% udziałów w amerykańskiej spółce I-Dotcom LLC i tym samym powstała Grupa Kapitałowa działająca na dwóch rynkach: polskim i amerykańskim.

Biorąc pod uwagę powyższe Grupa kapitałowa Planet B2B jest w stanie zaoferować klientom kompleksową usługę i rozwiązania dotyczące wdrożenia, użytkowania i rozwoju nowoczesnych technologii dla e-handlu B2B. Emitent, jak również jego spółka zależna będą kontynuować rozwój w oparciu o posiadane dotychczas rozwiązania informatyczne. Celem Grupy Planet B2B w nadchodzącym okresie jest zwiększenie możliwości sprzedażowych na rynku na amerykańskim z uwagi na osiągane wyższe marże i sprawdzone rozwiązania informatyczne, które nie wymagają istotnych nakładów.

VIII. POSIADANE PRZEZ SPÓŁKĘ ODDZIAŁY

Emitent nie posiada żadnych oddziałów.

IX. INFORMACJE O INSTRUMENTACH FINANSOWYCH W ZAKRESIE RYZYKA: ZMIANY CEN, KREDYTOWEGO, ISTOTNYCH ZAKŁÓCEŃ ORAZ UTRATY PŁYNNOŚCI FINANSOWE, NA JAKIE NARAŻONA JEST JEDNOSTKA

Emitent w 2022 r. nie korzystał z instrumentów finansowych, z którymi związane są wyżej wymienione ryzyka.

X. INFORMACJE O INSTRUMENTACH FINANSOWYCH W ZAKRESIE PRZYJĘTYCH PRZEZ JEDNOSTKĘ CELACH I METODACH ZARZĄDZANIA RYZYKIEM FINANSOWYM, ŁĄCZNIE Z METODAMI ZABEZPIECZENIA ISTOTNYCH RODZAJÓW PLANOWANYCH TRANSAKCJI, DLA KTÓRYCH STOSOWANA JEST RACHUNKOWOŚĆ ZABEZPIECZEŃ

Emitent w 2022 r. nie korzystał z instrumentów finansowych, z którymi związane są wyżej wymienione ryzyka.

XI. OPIS PODSTAWOWYCH ZAGROŻEŃ I RYZYK ZWIĄZANYCH Z DZIAŁALNOŚCIĄ SPÓŁKI PLANET B2B S.A.

Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną

Działalność Emitenta i jego spółki zależnej jest uzależniona od sytuacji makroekonomicznej panującej na rynkach, na których są świadczone ich usługi, w tym przede wszystkim w Polsce oraz Stanach Zjednoczonych. Na wyniki finansowe Emitenta i Grupy kapitałowej Emitenta wpływają takie czynniki zewnętrzne występujące w tych krajach jak tempo wzrostu gospodarczego, poziom konsumpcji, polityka fiskalna i pieniężna, poziom inflacji oraz handel.

Efektywność prowadzonej przez Grupę Planet B2B działalności operacyjnej zależy od udziału rynku e-commerce w handlu i poziomu wydatków na rozwiązania informatyczne wspierające sprzedaż. Wszystkie te czynniki wywierają pośrednio wpływ na przychody i wyniki finansowe osiągane przez Emitenta i jego Grupę Kapitałową, a także warunkują realizację założonej strategii oraz perspektywy rozwoju.

W opinii Emitenta z wymienionych czynników największy wpływ na działalność Emitenta i jego Grupy kapitałowej ma rynek handlu B2B oraz szeroko rozumiany rynek e-commerce i jego perspektywy. To na tym rynku występuje największe zapotrzebowanie na usługi i rozwiązania informatyczne oferowane przez Emitenta i jego spółkę zależną.

Ekonomiści spodziewają się, że po wzroście o 25,7 proc. w 2020 roku, rynku e-commerce na świecie osiągnie wartość 4,921 bln USD – tak wynika z raportu „Global Ecommerce Forecast 2021 W 2020 r. wartość polskiego rynku e-handlu oscylowała w granicach ok. 80 mld zł, a w 2026 roku podwoi się i

osiągnie wartość ok. 162 mld zł Główna część tego rynku przypada na e-commerce B2B – w przybliżeniu ok. 80%.

Sytuacja na rynku e-commerce sprzyja obecnie rozwojowi działalności. Dodatkowo pandemia COVID-19 przyspieszyła w ujęciu globalnym i lokalnym w poszczególnych krajach zmiany w handlu na rzecz dynamicznego rozwoju e-commerce, co przełożyło się na istotne wydatki na rozwiązania informatyczne na tym rynku.

Biorąc pod uwagę powyższe, Emitent i jego spółka zależna identyfikuje przedmiotowe ryzyko zmiany sytuacji rynkowej i w celu jego minimalizacji na bieżąco monitoruje rynki, na którym Grupa Planet B2B oferuje swoją Platformę Planet B2B, tak aby móc możliwe szybko dostosować swoją ofertę do sytuacji rynkowej lub zachodzących zmian.

Niemniej jednak w przypadku zmiany trendów lub pogorszenia się sytuacji rynkowej na rynku rozwiązań dla e-commerce lub jak również koniunktury gospodarczej w Polsce lub Stanach Zjednoczonych, w szczególności w obszarze handlu internetowego istnieje ryzyko, że spadnie zapotrzebowanie na produkty informatyczne oferowane przez Emitenta i jego spółkę zależną przez co sytuacja operacyjna i finansowa Emitenta i jego spółki zależnej I-Dotcom LLC może ulec pogorszeniu lub zmianie.

Ryzyko związane z krajowym i międzynarodowym otoczeniem prawnym

Spółka i jego spółka zależna jest narażona na ryzyko zmian regulacji w otoczeniu prawnym, w którym Spółka prowadzi działalność lub działalność prowadzą jej klienci. Regulacje prawne mogą ulegać zmianom, a interpretacja przepisów prawa, nawet takich, które nie ulegają zmianom, przez sądy oraz organy administracji publicznej może nie być jednolita, przy czym ryzyko braku spójności orzeczniczej występuje zarówno na płaszczyźnie terytorialnej (różna interpretacja przepisów w różnych częściach kraju), jak i czasowej (zmiennosc interpretacji w czasie). Niektóre normy prawne budzą wątpliwości interpretacyjne ze względu na ich niejednoznaczność, co rodzi ryzyko nałożenia kar administracyjnych lub finansowych oraz naraża Spółkę na ryzyko podnoszenia roszczeń przez inne podmioty w przypadku przyjęcia niewłaściwej wykładni prawnej. Dotyczy to nie tylko przepisów prawa polskiego, ale również przepisów obowiązujących w Stanach Zjednoczonych.

Przepisy prawne dotyczące prowadzenia działalności gospodarczej w Polsce, które w ostatnich latach ulegały częstym zmianom, to przede wszystkim: prawo pracy, prawo ubezpieczeń społecznych, prawo handlowe, prawo przedsiębiorców oraz prawo ochrony danych osobowych.

Spółka jest szczególnie narażona na zmiany w prawie własności intelektualnej. W związku z intensywnym postępowaniem technologicznym jest to dziedzina wciąż rozwijana, a akty prawne stale nowelizowane. W kontekście prawa autorskiego szczególnie istotne są prace Parlamentu Europejskiego nad dyrektywą w sprawie praw autorskich na jednolitym rynku cyfrowym, która w przyszłości będzie się wiązać z procesami implementacji tego aktu do przepisów krajowych.

Kolejnym obszarem intensywnie rozwijającym się w zakresie regulacji prawnych istotnych dla Spółki są regulacje dotyczące handlu elektronicznego. Szczególnie istotne dla branży e-commerce będą zaproponowane regulacje unijne zapowiedziane przez Komisję Europejską w grudniu 2020 r. – rozporządzenie o usługach cyfrowych (*regulation on a single market for digital services*, nazywany *Digital Services Act*) oraz rozporządzenie o rynkach cyfrowych (*regulation on digital markets*, nazywany *Digital Markets Act*).

Ponadto, w związku z ciągłym postępowaniem technologicznym nie można jednoznacznie wskazać kierunku zmian przepisów innych dziedzin prawa. Nie można wykluczyć, że zmiany te będą miały negatywny wpływ na Grupę Kapitałową Emitenta i możliwość prowadzenia przez nią działalności w dotychczasowym kształcie.

Ryzyko zmian regulacji podatkowych

Systemy podatkowe, którym podlega Grupa kapitałowa Emitenta, ulegają częstym zmianom. Ponadto, niektóre przepisy prawa podatkowego są niejasne, ich interpretacja często nie jest jednoznaczna, a praktyka organów podatkowych często nie jest jednolita. W szczególności pojawiają się liczne wątpliwości co do interpretacji przepisów prawa podatkowego, które to interpretacje dodatkowo ulegają wielokrotnie zmianom w czasie.

Ze względu na częste zmiany przepisów prawa podatkowego oraz różne interpretacje tych przepisów, ryzyko związane z polskimi przepisami podatkowymi może być wyższe niż w innych jurysdykcjach podatkowych. Nie można zapewnić, że nie zajdą zmiany w przepisach polskiego lub innego prawa podatkowego, które będą niekorzystne dla Spółki i jej Grupy Kapitałowej, ani że polskie lub europejskie organy podatkowe nie przyjmą odmiennej albo niekorzystnej interpretacji przepisów prawa podatkowego. Skutkiem tego mogą być spory z organami podatkowymi, kwestionowanie przez nie rozliczeń podatkowych Spółki lub jej spółki zależnej, a także określenie wysokości zaległości podatkowych wraz z odsetkami, a w skrajnych przypadkach również oszacowanie wysokości zobowiązań podatkowych w drodze decyzji administracyjnej i nałożenie kar. Organy podatkowe mogą również weryfikować poprawność deklaracji podatkowych określających wysokość zobowiązania podatkowego w ciągu pięcioletniego okresu od końca roku, w którym minął termin płatności danego podatku. W przypadku przyjęcia przez organy podatkowe odmiennej od będącej podstawą wyliczenia zobowiązania podatkowego przez Emitenta interpretacji przepisów podatkowych, sytuacja ta może mieć istotny negatywny wpływ na jego sytuację finansową.

Ryzyko walutowe

Ryzyko walutowe Emitenta i jego Grupy Kapitałowej wynika z faktu generowania znacznej części przychodów w dolarze amerykańskim (USD), i to od kursu USD/PLN zależy w znacznej części wielkość przychodów Emitenta i jego Grupy kapitałowej. Natomiast większość wydatków związana z działalnością i kosztami związanymi z wdrożeniami i pracami programistycznymi na rzecz klientów ponoszona jest w walucie polskiej (PLN). Obecnie Spółka koncentruje się na intensyfikacji sprzedaży na rynku amerykańskim co powoduje, że część przychodów generowana na tamtym rynku będzie narażona na ryzyko kursowe USD/PLN. W przypadku umocnienia się dolara amerykańskiego, w którym generowane są przychody ze sprzedaży zagranicznej, Emitent uzyskiwał będzie większe przychody w przeliczeniu na złotówki, natomiast w razie osłabienia dolara amerykańskiego Spółka narażona jest na osiąganie niższych przychodów ze sprzedaży, co może negatywnie wpłynąć na osiąganą marżę na sprzedaży i w konsekwencji na wyniki finansowe. Z uwagi na międzynarodowy charakter działalności Spółka ponosi przedmiotowe ryzyko i nie korzysta z mechanizmów zabezpieczających przed ryzykiem walutowym, przy czym stara się optymalizować to ryzyko poprzez minimalizowanie kosztów wymiany USD, wymianę waluty tylko wtedy, kiedy jest to niezbędne i poprzez rozliczanie prac z programistami w USD. Ponadto amerykańska spółka zależna Emitenta generuje głównie przychody na rynku amerykańskim natomiast kupuje usługi programistyczne na rynku polskim, płacąc programistom w dolarze amerykańskim.

Ryzyko związane z przyjęciem niewłaściwej strategii

Przyszła pozycja Grupy kapitałowej Planet B2B i Emitenta, w tym przychody i zyski, zależne są od zdolności Emitenta i jego spółki zależnej od wypracowania skutecznej strategii w długim horyzoncie. Ewentualne podjęcie nietrafnych decyzji wynikających z niewłaściwej oceny sytuacji lub niezdolności adaptacji Grupy kapitałowej Emitenta do dynamicznie zmieniających się warunków rynkowych na rynku rozwiązań e-commerce, wiązałoby się z istotnymi negatywnymi skutkami finansowymi. W celu zminimalizowania ryzyka wystąpienia takiego zagrożenia Emitent i jego spółka zależna na bieżąco analizuje trendy, działania i produkty konkurencji oraz sposób działania różnych kategorii użytkowników w segmencie B2B i B2C.

Strategicznym zamiarem Grupy kapitałowej Planet B2B S.A. i Emitenta w kolejnych okresach jest zintensyfikowanie działalności sprzedażowej głównie na rynku Stanów Zjednoczonych Platformy Planet B2B i jej modułów. Budowa właściwych kanałów sprzedaży jest kluczowym elementem do dalszego rozwoju Spółki i jej Grupy kapitałowej również w oparciu o inne komplementarne narzędzia wykorzystywane przez rynek e-commerce. Ponadto w chwili obecnej rynek, na którym działa Grupa Kapitałowa Planet B2B jest bardzo rozdrobniony i oczekiwana jest konsolidacja w związku z rozwojem sprzedaży hurtowej online i całego rynku e-commerce.

Biorąc pod uwagę powyższe Grupa Kapitałowa Emitenta jak również sam Emitent identyfikuje ryzyko związane z faktem, że nie będzie w stanie zrealizować swoich planów strategicznych, w szczególności sprzedażowych, w zakładanej wielkości, lub że ich realizacja ulegnie przesunięciu w czasie, co w konsekwencji może mieć negatywny wpływ na pozycję konkurencyjną, na jego rozwój i przyszłe wyniki finansowe.

Ryzyko związane z nieosiągnięciem celów Emitenta i jego Grupy Kapitałowej

Ryzyko dotyczące realizacji celów strategicznych obejmuje możliwość nieosiągnięcia założonych parametrów wzrostu i/lub braku oczekiwanych efektów zrealizowania celów, co może być efektem błędnych analiz i prognoz lub niewłaściwym rozumieniem sytuacji makroekonomicznej i trendów rozwojowych branży e-commerce. Gdyby do tego doszło, Emitent i jego spółka zależna straciłby część poniesionych na realizację celów nakładów oraz zmarnował czas i pogorszył swoją konkurencyjność. Na dzień sporządzenia niniejszego raportu Emitent nie dokonał określenia szczegółowych celów rozwojowych i sprzedażowych na nadchodzący okres z uwagi na brak sprecyzowanych planów dotyczących ich finansowania.

Biorąc pod uwagę powyższe, z chwilą określenia celów, Emitent i jego spółka zależna identyfikuje ryzyko przesunięcia ich realizacji w czasie, jak również ich nieosiągnięcia. Może stanowić to ogromne ograniczenie rozwojowe dla Emitenta i jego spółki zależnej, dlatego też w celu minimalizacji tego typu ryzyka, każdorazowo implementację działań strategicznych będzie poprzedzała analiza konsekwencji decyzji biznesowych i ocena ryzyka. Dopiero, gdy ocena będzie pozytywna, a poziom ryzyka akceptowalny cele będą realizowane. Ponadto już w chwili obecnej Emitent i jego spółka zależna dywersyfikuje rozwój w taki sposób, by ryzyka związane z pojedynczym projektem wdrożeniowym nie były krytyczne dla sytuacji finansowej Emitenta i całej Grupy kapitałowej Planet B2B S.A.. Przychody ze sprzedaży osiągane przez Emitenta i Grupę kapitałową Emitenta są podzielone na przychody stałe comiesięczne związane z pobieraniem abonamentem i udzielonymi licencjami na użytkowanie Platformy Planet B2B i wdrożeniowe, które ponoszone są jednorazowo w chwili implementacji Platformy Planet B2B dla konkretnego klienta.

Ryzyko związane z rozwojem nowych usług i produktów

Grupa kapitałowa Planet B2B S.A. rozwija własny innowacyjny software oraz stosuje i adoptuje wiodące rozwiązania i technologie pojawiające się na najbardziej rozwiniętych rynkach. Emitent obserwuje bardzo szybki rozwój technologii, rozwiązań organizacyjnych, oferty software i ewolucje potrzeb klientów. Konkurencja ma wymiar globalny, nowe warunki i nowe podmioty na tym rynku rozprzestrzeniają się szybko. Na dzień publikacji niniejszego raportu Grupa Kapitałowa Emitenta rozwija na bieżąco rozwiązania, które posiada. Podstawowym oferowanym produktem jest Platforma Planet B2B wraz z modułami. W chwili obecnej dokonywane usprawnienia rozwojowe dotyczą w szczególności modułów, które stanowią dodatkowe części Platformy, natomiast często wymagają indywidualnego dostosowania dla klienta.

Istnieje ryzyko, że pomimo ciągłego dostosowywania oferty i monitorowania trendów, Grupa Kapitałowa Emitenta nie będzie w stanie zaoferować rozwiązań, które będą w pełni spełniały oczekiwania rynkowe. Taka sytuacja mogłaby wpłynąć na pogorszenie pozycji konkurencyjnej Emitenta i jego Grupy kapitałowej, a oferowane przez Emitenta i jego spółkę zależną usługi mogłyby wówczas nie zapewnić wpływów oczekiwanych przy ich tworzeniu i rozwoju. Ryzyko związane z niepowodzeniem rozwoju nowych produktów i usług jest przez Grupę Planet B2B S.A. monitorowane, a aktualne oprogramowanie i usługi są na bieżąco rozwijane i doskonalone we współpracy z użytkownikami i na potrzeby użytkowników, z uwzględnieniem specyfiki ich działalności oraz nowoczesnych trendów rynku e-commerce B2B i B2C.

Ryzyko związane z poszczególnymi produktami i usługami oraz otoczeniem i warunkami konkurencji

Rynek, na którym działa Emitent i jego spółka zależna rozwija się dynamicznie i wielokierunkowo. Uważa się, że digitalizacja organizacji procesów handlowych będzie mieć kluczowe znaczenie dla handlu. Portale B2B pomagają przedsiębiorstwom w dotarciu do odległych obszarów i stają się sposobem prowadzenia biznesu na całym świecie. Ułatwiają one nawiązywanie nowych relacji handlowych między firmami, a także wspierają istniejące relacje. Co więcej, platformy handlu elektronicznego B2B umożliwiają firmom obniżenie kosztów marketingu, lepsze zarządzanie dostawcami i klientami oraz zwiększają zaangażowanie w sprzedaż. Ponadto pandemia COVID-19 zmusiła kupujących i sprzedających B2B do masowego przejścia na technologię cyfrową. To, co zaczęło się jako reakcja na kryzys, teraz stało się normą. Jednym z głównych powodów tego zjawiska jest bezpieczeństwo i ograniczenie ryzyka zakażenia COVID-19. Niekorzystający do tej pory z kanałów zdalnych przekonali się jednocześnie o korzyściach z tego typu interakcji w postaci ułatwień w zakresie uzyskania informacji, składania zamówień i organizowania usług.

Taka sytuacja powoduje, że zapotrzebowanie na rozwiązania oferowane przez Grupę Kapitałową Planet B2B jest wysokie i będzie stale rosło. Z drugiej jednak strony wraz ze wzrostem rynku wzrasta konkurencja, w szczególności ze strony firm dostarczających systemy ERP (ang. „Enterprise Resource Planning”). Wymusza to konieczność szybszego reagowania na potrzeby klienta, w szczególności w zakresie integracji systemów ERP i platformy sprzedażowej B2B. Obecnie polski rynek dostawców rozwiązań informatycznych dla e-commerce B2B jest bardzo rozdrobniony. Oprócz największych producentów systemów ERP proponujących drogie rozwiązania, działa na rynku wiele podmiotów oferujących typowe rozwiązania dla handlu elektronicznego.

Nie można jednak wykluczyć, że w przypadku dalszego rozwoju rynku e-commerce B2B w większym zakresie rozpoczną się procesy przejęć, połączeń oraz konsolidacja biznesowa i produktowa. W przypadku takich zmian rynek może zostać zdominowany przez kilku liderów branży IT oferujących systemy handlu B2B, którzy dzięki konsolidacji będą mogli zaoferować rozwiązania tańsze dedykowane dla grupy odbiorców, do których kieruje swoje rozwiązania Grupa Planet B2B lub zachodzące procesy mogą doprowadzić do istotnych zmian pozycji konkurencyjnej wynikającej z warunków oraz cen oferowanych usług. Ponadto zmiany wdrażane przez konkurentów mogą dotyczyć nowych rozwiązań zarówno technologicznych, jak i marketingowych, w tym także w zakresie biznesowego modelu oferowania i sprzedaży rozwiązań informatycznych.

Tym samym istnieje ryzyko, że w przypadku wprowadzenia nowych produktów i usług, pomimo analiz i szacunków potencjału, ciągłego i systematycznego monitorowania zmian zachodzących na rynku oraz oczekiwań rynkowych, produkty te mogą nie być konkurencyjne, nie trafić w oczekiwania klientów i mogą nie sprzedawać się w ilości zakładanej przez Emitenta i jego spółkę zależną z uwagi na atrakcyjną ofertę konkurencji. W związku z tym, nakłady finansowe poniesione na rozwój obecnych i wprowadzenie nowych produktów mogą przynieść niższe zyski niż Emitent oczekuje lub nawet nie zwrócić się.

Biorąc pod uwagę powyższe Emitent jest świadomy ryzyka konieczności szybkiego dostosowywania swojej oferty oraz wprowadzania nowych produktów i usług do zmiennych warunków rynkowych rynku e-commerce. W chwili obecnej to ryzyko jest małe i nie wpływa na działalność Emitenta i jego spółki zależnej niemniej jednak Emitent i jego spółka zależna stara się na bieżąco minimalizować możliwość jego wystąpienia. W ramach wdrożenia Platformy Planet B2B oferowany jest na rynku polskim moduł B2B Connector dzięki któremu możliwa jest wymiana danych ze wszystkimi renomowanymi systemami ERP. W ten sposób udaje się zachować konkurencyjność rozwiązania oferowanego przez Emitenta względem innych oferowanych systemów. Jednocześnie Emitent przewiduje rozwój przedmiotowego modułu poprzez dostosowanie do kolejnych systemów ERP. Pozwoli to dotrzeć do kolejnych grup odbiorców, ale również wpłynie na minimalizowanie ryzyka związanego z rozwojem kolejnych rozwiązań informatycznych i usług w oparciu o Platformę Planet B2B, tak aby oferta Emitenta i Grupy kapitałowej Planet B2B była atrakcyjna i konkurencyjna niezależnie od zachodzących zmian na rynku i otoczenia konkurencyjnego.

Ryzyko wystąpienia negatywnych zdarzeń u podmiotów zewnętrznych współpracujących z Grupą kapitałową Emitenta oraz związane z awariami technicznymi

Przedmiotem działalności Grupy Kapitałowej Planet B2B jest tworzenie oprogramowania oferowanego w postaci usługi (ang. Software as a Service - SaaS) świadczonej drogą elektroniczną opartej na chmurze obliczeniowej. Świadczenie usługi jest automatyczne i odbywa się poprzez integrację z systemem klienta. Integracja ta polega na umieszczeniu biblioteki oprogramowania w systemie klienta. Bieżące działanie technologii wymaga infrastruktury informatycznej, która oparta jest o wykorzystanie usług zewnętrznych dostawców rozwiązań hostingowych.

W zakresie korzystania z sieci serwerowej Emitent i jego spółka zależna współpracuje głównie z uznanymi na rynku firmami m.in. z Amazon Web Services Inc. W przypadku innych rozwiązań są to Aurora SQL, DataWarehouse Google BIG Query, DataLakeS 3, SOAP, Graph QL, Machine Learning TensorFlow itp. Wspomniane rozwiązania zapewniają najwyższe standardy bezpieczeństwa i zapewnienia ciągłości świadczenia usług, jednakże istnieje ryzyko awarii infrastruktury informatycznej u zewnętrznych dostawców.

W przypadku przestojów, błędów systemowych, awarii, utraty urządzeń bądź oprogramowania, czy też ataku na systemy komputerowe kontrahentów przez osoby trzecie, Emitent i jego spółka zależna może być narażona na ryzyko przestoju w swojej działalności operacyjnej, co w konsekwencji może skutkować naruszeniem umów z kontrahentami oraz pogorszeniem reputacji Emitenta i jego spółki zależnej i utratą klientów.

Z tych względów niezwykle istotne jest stałe doskonalenie i bezawaryjna praca narzędzi informatycznych. Mimo wdrażania systemów zabezpieczeń i wykonywania kopii bezpieczeństwa, systemy IT wykorzystywane przez Spółkę i I-Dotcom LLC mogą być podatne na fizyczne i elektroniczne wtargnięcia, wirusy komputerowe oraz inne zagrożenia. Sytuacja taka może skutkować tym, że dostęp do informacji zgromadzonych w systemach IT Emitenta i jego spółki zależnej uzyskają niepowołane osoby trzecie lub że Emitent lub jego spółka zależna utracą dostęp do takich informacji. Ponadto, błędy w oprogramowaniu i podobne problemy mogą wpływać na zdolność Emitenta do świadczenia usług dla jej klientów, zakłócić działalność Grupy Kapitałowej Emitenta, naruszyć jej reputację lub spowodować konieczność poniesienia istotnych kosztów technicznych, prawnych i innych. Ewentualne modernizacje lub wdrożenie nowych systemów IT może nie zostać zrealizowane terminowo i może nie wystarczać w pełni do zaspokojenia potrzeb wynikających z prowadzonej działalności.

Uniemożliwienie lub ograniczenie prawidłowego funkcjonowania Emitenta lub jego spółki zależnej w wyniku zakłóceń w systemach informatycznych może przełożyć się na trudności w utrzymaniu dotychczasowych oraz pozyskaniu nowych klientów. Ponadto ryzyko awarii lub ataku hakerskiego na zainstalowane systemy mogą istotnie wpłynąć na wizerunek Emitenta i jego Grupy kapitałowej. Sytuacja taka skutkować będzie mniejszymi przychodami, a także ewentualnie wyższymi kosztami w postaci odszkodowań, kar czy rekompensat z tytułu zaistniałych zdarzeń, co wpłynie negatywnie na sytuację finansową Emitenta i jego Grupy kapitałowej.

Emitent i jego grupa kapitałowa identyfikuje przedmiotowe ryzyko jako ważne i w celu jego minimalizacji na bieżąco monitoruje działalność wszystkich zainstalowanych systemów. W Platformie Planet B2B praktycznie codziennie wprowadzane są aktualizacje dotyczące zabezpieczeń, wykrytych błędów czy usprawnień działania. Ponadto Emitent i jego spółka zależna w przypadku wystąpienia awarii czy błędów działania niezwłocznie podejmuje działania mające na celu usunięcie problemów. W takich sytuacjach bezpośrednim wsparciem jest spółka zależna Emitenta I-Dotcom LLC (podmiot zależny od Emitenta), który posiada własne zasoby programistyczne i informatyczne.

Ryzyko związane z produktami oferowanymi przez Grupę kapitałową Emitenta

Emitent i jego spółka zależna oferuje aktualnie swoim klientom kompletną platformę do obsługi procesów B2B e-commerce lub moduły tej platformy.

Na rynku amerykańskim Emitent i jego spółka zależna oferuje rozwiązania informatyczne w ramach Platformy Planet B2B wspierające handel B2B na dużych marketplaceach typu Amazon, Ebay, GSA (portal rządowy), na rynku polskim do tej pory najważniejszą grupą oferowanych przez Emitenta rozwiązań informatycznych były rozwiązania indywidualne tworzone dla klientów gdzie handel lub dystrybucja odbywa się za pomocą ich własnych platform, ewentualnie poprzez marketplace Allegro.

W przypadku istotnego spadku popytu rynkowego (np. w wyniku utraty przewagi konkurencyjnej technologii Emitenta lub jego spółki zależnej lub w konsekwencji innych negatywnych wydarzeń zewnętrznych lub wewnętrznych), Grupa kapitałowa Planet B2B jest narażona na ryzyko spadku przychodów, co w konsekwencji będzie mieć istotny negatywny wpływ na działalność i sytuację finansową Emitenta i jego Grupy Kapitałowej. Jednocześnie mogłoby to wymusić konieczność przemodelowania działalności (w różnej skali w zależności od sytuacji).

W celu minimalizacji tego czynnika ryzyka, Emitent i jego spółka zależna na bieżąco monitoruje i analizuje trendy rynkowe w branży e-commerce, postęp rozwiązań technologicznych, a także działania konkurentów. Na bieżąco określa najbardziej optymalne nisze, w których ma lub może mieć najmocniejszą pozycję rynkową lub produktową. Na bieżąco wprowadza usprawnienia technologiczne do swoich rozwiązań w oparciu o zmieniające się tendencje i warunki rynkowe.

Ryzyko nielegalnego wykorzystywania technologii i oprogramowania

Emitent w sposób aktywny chroni posiadaną wartość intelektualną. Istnieje jednak ryzyko, iż mimo takiej ochrony, jej produkty, w szczególności oprogramowanie dotyczące modułów Platformy Planet B2B, będą nielegalnie kopiowane, wykorzystywane bez jej zgody lub użytkowane bez wynagrodzenia licencyjnego lub zostaną naruszone w inny sposób. Sytuacji takiej może sprzyjać fakt, że w odniesieniu do oprogramowania, będącego istotnym narzędziem wykorzystywanym przez Spółkę, nie jest możliwe skorzystanie obecnie ze środków ochrony przewidzianych w prawie własności przemysłowej. Oprogramowanie, do którego spółka ma prawo jest chronione wyłącznie prawem autorskim, co zwiększać może prawdopodobieństwo naruszeń praw przysługujących Spółce i skutkować stratami

finansowymi lub wizerunkowymi. Ponadto wszelkie prace związane z wdrożeniem systemów informatycznych, utrzymaniem i administracją systemów objętych abonamentem oraz wsparciem technicznym wykonywane są przez podmioty zewnętrzne lub programistów współpracujących z Emitentem, co powoduje ryzyko nielegalnego kopiowania lub wykorzystywania bez zgody Spółki całości lub części oprogramowania. Emitent stara się ograniczać to ryzyko poprzez współpracę tylko ze sprawdzonymi podmiotami i programistami, w szczególności Emitent współpracuje z B2B Online sp. z o.o. (podmiotem dominującym Emitenta) oraz I-Dotcom LLC (podmiotem zależnym Emitenta), które posiadają własne zasoby programistyczne i informatyczne. Do chwili obecnej oprogramowanie Emitenta nigdy nie zostało wykorzystane bez jego zgody, jednak nie można wykluczyć takiego ryzyka w przyszłości.

Ryzyko związane z czynnikami pozostającymi poza kontrolą Emitenta i jego spółki zależnej

Spółka i jej Grupa Kapitałowa jest narażona na ryzyko poniesienia szkody lub niewspółmiernych kosztów spowodowanych przez błędy ludzkie, zewnętrzne błędy systemów, w tym informatycznych lub przez zdarzenia zewnętrzne powodujące w szczególności zakłócenia w działalności operacyjnej, spowodowane różnymi, znajdującymi się poza kontrolą Grupy Kapitałowej Emitenta, czynnikami np. awarią sprzętu oraz systemów wykorzystywanych przez klientów.

Emitent i jego spółka zależna jest również narażona na ponoszenie skutków działań siły wyższej (pożary czy katastrofy naturalne), aktów o charakterze terrorystycznym oraz prób działań związanych z wyłudzeniami i kradzieżami zarówno wewnętrznymi, jak i zewnętrznymi czy także oszustw oraz innych bezprawnych działań lub zaniechań współpracowników i podwykonawców Emitenta i jego spółki zależnej lub innych podmiotów, za których działania lub zaniechania Grupa Kapitałowa ponosi w jakimkolwiek stopniu odpowiedzialność. Wykrycie i zapobieganie wszelkiego rodzaju oszustwom lub innego rodzaju nieprawidłowym działaniom ze strony współpracowników Emitenta lub jego spółki zależnej oraz podmiotów trzecich współpracujących ze Spółką może nie zawsze być skuteczne, a zdarzenia takie mogą negatywnie wpłynąć na reputację Emitenta i jego Grupy Kapitałowej oraz spowodować konieczność naprawienia szkody wyrządzonej w ich następstwie osobie trzeciej. Ponadto Emitent wskazuje, że ryzyka dotyczące działalności Emitenta i jego Grupy Kapitałowej nie stanowią zamkniętego katalogu zawężonego tylko do ryzyk wskazanych w niniejszym punkcie. Emitent nie jest w stanie przewidzieć i zidentyfikować wszystkich zdarzeń, które mogą mieć potencjalny wpływ na Emitenta i jego Grupę Kapitałową i w ten sposób zabezpieczyć wcześniej swoją działalność przed ich negatywnymi skutkami. Ponadto w przypadku kumulacji wielu nieprzewidzianych zdarzeń o negatywnych skutkach dla spółki, Emitent i jego spółka zależna może nie być w stanie zareagować jednocześnie na te zdarzenia, co może spowodować istotne problemy w bieżącej działalności, wzrost kosztów lub spadek przychodów a także pogorszenie pozycji konkurencyjnej na rynku.

Jednocześnie Emitent wskazuje, że w obecnej działalności wpływ czynników pozostających poza kontrolą Emitenta i jego spółki zależnej nie spowodował negatywnych zdarzeń w działalności, jednak Emitent nie może wykluczyć tego ryzyka w przyszłości.

Ryzyko związane z czynnikami dotyczącymi COVID - 19 i wojny w Ukrainie na przyszłe wyniki Emitenta i jego Grupy Kapitałowej Emitenta

Pod koniec 2019 r. po raz pierwszy pojawiły się wiadomości z Chin dotyczące COVID-19 (koronawirusa). Choć w chwili publikacji niniejszego sprawozdania finansowego sytuacja ta wciąż się zmienia jest negatywny wpływ na handel światowy i pośrednio na Emitenta i jego spółkę zależną. Kursy walut, wartość akcji na rynkach oraz ceny towarów ulegają znacznej fluktuacji. Emitent uważa taką sytuację za zdarzenie nie powodujące korekt w sprawozdaniu finansowym za rok 2022, lecz za zdarzenie po dacie bilansu wymagające dodatkowych ujawnień. Ponieważ sytuacja wciąż się rozwija Zarząd uważa, że nie jest możliwe przedstawienie szacunków ilościowych potencjalnego wpływu obecnej sytuacji na samego Emitenta i jego Grupę Kapitałową. Ewentualny wpływ zostanie uwzględniony w odpisach z tytułu utraty wartości aktywów i rezerwach na oczekiwane straty w 2023 r. Wypowiedziana w lutym 2022 r. przez Rosję wojna w Ukrainie nie ma wpływu na działalność Emitenta i jego spółki zależnej. Ponieważ sytuacja wciąż się rozwija, Zarząd uważa, że nie jest możliwe przedstawienie szacunków ilościowych potencjalnego wpływu obecnej sytuacji na grupę. Ewentualny

wpływ zostanie uwzględniony w odpisach z tytułu utraty wartości aktywów i rezerwach na oczekiwane straty w 2023 r. o ile takie zdarzenia wystąpią.

Warszawa, 20 marca 2023 r.

Z A R Z Ä D:

Paweł Wieliczko
Prezes Zarządu