

MEMORANDUM

întocmit pentru admiterea acțiunilor emise de
2PERFORMANT NETWORK S.A.
în cadrul SMT
(Document de Prezentare a Societății)

Potențialii investitori în societățile admise în cadrul SMT trebuie să fie în cunoștință de cauză cu privire la faptul că sistemul multilateral de tranzacționare este o piață pentru care există tendința să se atașeze un risc investițional mai ridicat decât pentru societățile admise la tranzacționare pe o piață reglementată.

CONSULTANT AUTORIZAT



G O L D R I N G

Decizie CNVM: 2734/08.08.2003 ● Nr. Registru CNVM: PJR01SSIF/260045
● Atestat CNVM: 372/29.05.2006
Reg. Com: J26/440/1998 ● CUI: RO10679295 ● Capital social: 400.000 lei

25 noiembrie 2020





NOTĂ CĂTRE INVESTITORI

După realizarea verificărilor rezonabile și a luării tuturor măsurilor rezonabile în acest sens, Emitentul declară că, după cunoștința sa, prezentul Memorandum (Document, Document de Presentare) cuprinde toate informațiile semnificative cu privire la Emitent și instrumentele care fac obiectul admiterii la tranzacționare, că informațiile cuprinse în acest Document sau la care acesta face referire sunt conforme cu realitatea sub toate aspectele importante și nu conțin omisiuni de natură să afecteze semnificativ conținutul acestuia, iar opiniile și intențiile exprimate în prezentul Document sunt declarate în mod onest.

Estimările, previziunile și planurile Emitentului prezentate în acest document sunt oferite cu bună credință și nu pot fi considerate ca angajamente din partea Emitentului.

Prezentul Document nu reprezintă un prospect în sensul prevederilor Regulamentului (UE) 1129/2017 sau ale legii privind emitenții de instrumente financiare și operațiuni de piață, iar informația cuprinsă în Memorandum poate fi supusă completărilor și modificărilor ulterioare, fără o notificare prealabilă.

Nimic din conținutul prezentului Document nu reprezintă și nu face parte din nicio ofertă sau recomandare de a cumpăra valorile mobiliare la care se face referire în cadrul acestuia.



Mesaj din partea lui Dorin Boerescu, CEO și acționar principal 2Performant	1
1. Persoane responsabile.....	3
2. Denumirea emitentului.....	3
3. Domeniu de activitate.....	3
4. Cod CAEN.....	3
5. Cod fiscal	3
6. Număr de înregistrare la Registrul Comerțului	3
7. Adresa Societății	3
8. Date de contact.....	3
9. Persoana de legătură cu BVB	3
10. Simbolul de tranzacționare.....	3
11. Codul LEI, ISIN, CFI și FISN	3
12. Scurt istoric al societății	4
13. Descrierea activității 2Performant Network S.A.	7
13.1. Model de business, viziune, misiune și valori 2Performant	9
13.2. Oferta 2Performant	11
13.2.1. Marketing afiliat.....	11
13.2.2. Influencer marketing	13
13.3. Platforma și infrastructura tehnică	14
13.3.1. Descriere	14
13.3.2. Arhitectura tehnică – infrastructură.....	14
13.3.3. Arhitectura funcțională.....	15
13.3.4. Asigurarea calității.....	15
13.3.5. Funcționalitățile platformei.....	16
13.4. Beneficiile utilizatorilor 2Performant derivate din funcționalitățile platformei și modelul de business ..	19
13.4.1. Marketing afiliat.....	19
13.4.2. Influencer marketing	21
13.5. Piața țintă. Evoluție, previziuni	23
13.5.1. Piața marketingului afiliat	23
13.5.2. Fenomenul de freelancing.....	25
13.5.3. Piața de influencer marketing	25
13.6. Strategia de marketing și promovare.....	25
14. Informații cu privire la acțiuni și la structura acționariatului	27
14.1. Estimări privind valoarea capitalizării bursiere pentru admiterea la tranzacționare.....	27
14.1.1. Evaluare prin intermediul DCF – metoda fluxului de numerar actualizat (abordare prin venit)	27
14.1.2. Abordarea prin piață – metoda comparației prin multiplii de piață	31
15. Conducerea societății.....	33
16. Informații cu privire la angajați	35
17. Poziția pe piață și principalii competitori.....	37
18. Detalierea structurii cifrei de afaceri pe segmente de activitate sau linii de business	38
19. Clienți principali / contracte semnificative.....	40
20. Principalii indicatori operaționali	42
21. Scurtă analiză economico-financiară	46
21.1. Performanța financiară.....	47
21.2. Poziția financiară.....	48
21.3. Indicatori economico-financiar.....	50
22. Politica și practica privind prognozele	51
23. Politica și practica privind dividendele	51
24. Planul de dezvoltare a afacerii	51
25. Factori de risc.....	54
25.1. Riscuri sistemice privind Emitentul	54
25.2. Riscuri specifice privind Emitentul	54
25.3. Riscuri specifice privind investiția în acțiuni.....	58
26. Informații cu privire la oferte de valori mobiliare derulate în perioada de 12 luni anterioare listării	59
27. Planuri legate de operațiuni viitoare pe piața de capital	59
28. Numele auditorilor	60
29. Societăți afiliate și procente deținute	60
30. Alte informații relevante	60
Anexe	61

Mesaj din partea lui Dorin Boerescu, CEO și acționar principal 2Performant

Un memorandum este mai mult decât o analiză și o evaluare a unei business - este și povestea unei companii și a oamenilor care fac parte din ea. În paginile ce urmează am spus povestea 2Performant cu sinceritate, pragmatism și cu dorința ca toți cei care cred în ea să devină parte din povestea noastră.

Dar 2Performant se înscrie într-o poveste mult mai mare: cea a felului în care tehnologia schimbă accelerat lumea și creează oportunități nemaîntâlnite.

Cea mai valoroasă companie din lume în acest moment, Amazon, a fost înființată acum doar 26 de ani. Unul dintre cele mai puternice branduri globale, iPhone-ul, este cu 10 ani mai tânăr. Facebook, rețeaua socială care influențează decisiv politica și economia globală de ani de zile, a fost lansată tot atunci.

Jurnalismul, muzica, relațiile, transportul, turismul, recrutarea, divertismentul, toate au fost, rând pe rând, transformate profund odată cu accesul la conectivitatea globală și la o putere de calcul ridicată.

Am avut norocul de a înțelege printre primii felul în care internetul va schimba lumea. Dincolo de comunicarea instantanee și de accesul practic nelimitat la informație, am știut că se va dezvolta o generație digitală de profesioniști, noile talente de care economia va avea nevoie și cu care va colabora pe o nouă infrastructură. Am avut inspirația și perseverența de a construi o opțiune viabilă pentru aceștia.

Lucian, 28 de ani, antreprenor în digital marketing din Timișoara.

Claudia, 37 de ani, fashion blogger și antreprenor digital, București.

Dragoș, 35 de ani, specialist în publicitate online din Tulcea.

Ligia, 60 de ani, specialist PPC și antreprenor online din București.

Ionela, 30 de ani, manager proiect de afiliere, Helsinki.

Octavian, 36 de ani, specialist Google ads și antreprenor în eCommerce, București.

Andreea, 29 de ani, fashion & beauty vlogger, București.

Zsolt, 45 de ani, specialist online, Budapesta.

Lavinia, 35, online marketer, Iași.

Bogdan, 44, blogger specializat în recenzii literare, București.

Acești oameni au înțeles rapid că pot genera valoare și obține venituri în afara unui job tradițional, că își pot stabili singuri obiectivele, regulile și standardele de muncă, profitând de libertatea adusă de economia colaborativă. Au înțeles că digitalizarea îi poate ajuta să câștige cât merită, direct proporțional cu performanța pe care sunt capabili să o livreze.

Perseverenți și motivați, cu o capacitate bună de adaptare, nativii digitali din 2020 trăiesc într-o lume complet diferită față de profesioniștii din vechea economie. Pentru ei munca remote, conferințele video și stabilirea propriului program nu au reprezentat nimic nou, în pandemie. De departe, acești oameni sunt cei mai bine pregătiți să muncească în noua paradigmă adusă de digitalizarea accelerată recent.

Ei sunt utilizatorii noștri.

În jurul lor am construit misiunea 2Performant, aceea de a susține noua generație de antreprenori în domeniul digital și de a genera astfel valoare pentru toate părțile implicate, evident și pentru noi ca business și ca acționari.

Pentru început, am decis să facem asta prin marketing-ul colaborativ pentru e-commerce. Am construit o platformă în care magazinele online și profesioniștii independenți din marketing pot colabora ușor, după un model transparent și echitabil pentru ambele părți: **publicitate la cost pe vânzare**. Am construit o infrastructură care elimină complet efortul birocratic și ajută utilizatorii, companii și nativi digitali, să se ocupe doar de partea frumoasă a activității lor: marketingul. Am digitalizat complet mii de relații de muncă din noua economie și le permitem utilizatorilor noștri să rămână conectați la economia "tradițională" - reținem și virăm taxe către bugetul de stat în numele lor, emitem adeverințe de venit pe baza cărora pot lua credite și pot beneficia de servicii de sănătate.

Prin 2Performant, mii de afiliați colaborează astăzi cu Orange, Decathlon, Elefant, Libris, FashionDays, Cărturești, Noriel și toate cele peste 600 de magazine online care folosesc zilnic 2Performant. Prin colaborările facilitate de noi au fost generate peste 5 milioane de vânzări online, în valoare de peste 220 milioane euro. Pentru asta, mii de profesioniști independenți au încasat 15 milioane de euro.



Avem un impact real în viețile multor oameni și în comerțul online din România. Viziunea noastră pentru 2Performant merge însă mult mai departe.

La nivel global, marketingul afiliat este o industrie în creștere susținută, cu investiții serioase și cu un impact anual de zeci de miliarde de dolari.

Abordarea noastră, bazată pe transparență și democratizare, ne-a ajutat să creștem mai repede decât industria, iar astăzi suntem liderul pieței din România, cu 10% din încasări din alte piețe din Europa Centrală și de Est. În acești 12 ani am dezvoltat nu doar o tehnologie și o infrastructură ci și un model de business scalabil și profitabil, unic din multe puncte de vedere.

Echipa 2Performant a demonstrat în repetate rânduri că are motivația, competența și maturitatea de a gestiona creșteri accelerate, la fel de bine cum tratează perioadele complicate – capacitate dovedită încă o dată în 2020, cel mai bun an al companiei de până acum. Am crezut în viziunea noastră, am avut perseverența de a construi un business sănătos și sustenabil, am învățat mult și am muncit și mai mult pentru a depăși toate provocările pe care un start-up de tehnologie din România le întâlnește.

Pasul firesc pentru noi în acest moment este listarea la Bursa de Valori București.

Sunt convins că aceasta este cea mai sănătoasă rută de finanțare pentru companiile de tehnologie și că întâlnirea dintre capitalul disponibil pe Bursa de la București și potențialul companiilor românești de tehnologie poate aduce schimbări importante în economia noastră în următorii ani. Aștept cât mai mulți antreprenori din tehnologie să ni se alature pe Bursa de Valori București.

Venim la Bursă cu un model de business validat și o capacitate de creștere confirmată. Avem experiență în lucrul cu investitorii și suntem recunoscuți pentru impactul pozitiv pe care l-am adus în industriile în care activăm. Venim pentru a ne conecta la o infrastructură de finanțare cu ajutorul căreia să ne dezvoltăm accelerat în următorii ani.

Am decis să abordăm finanțarea prin bursă în 2 pași: o listare tehnică, în care managementul și fondatorii 2Performant nu vor vinde acțiuni, urmată de o majorare de capital destinat creșterii după ce ne aliniem mindsetul și așteptările cu investitorii activi din România.

Ne dorim alături investitori care înțeleg potențialul noii economii, împreună cu care să creștem profitând de poziția din piață și tehnologia pe care am construit-o, dar și de înțelegerea superioară a tendințelor.

Nu ne grăbim. Suntem, la rândul nostru, acționari 2Performant. Nu ne interesează să vindem compania sau să facem exit. Credem în acest business și vrem să îl ducem la potențialul lui maxim.

Sunt recunoscător partenerilor noștri alături de care am scris povestea 2Performant: echipa noastră extraordinară, comunitatea de utilizatori, board-ul consultativ, investitorii și alți parteneri de business. Același lucru vi-l propun începând de astăzi: nu doar o investiție, ci un parteneriat pentru viitor. Un parteneriat în care vom trata capitalul investit cu responsabilitate, pentru a genera performanță, și în care vom fi transparenți și deschiși cu investitorii noștri.

Vă invit să parcurgeți în întregime memorandumul nostru. Este un document care ne reprezintă și la care partenerii de la Goldring, sprijiniți de colegii mei, au muncit cu pasiune și determinare. Sper că reușește să spună povestea 2Performant, a industriei în care activăm, dar și să arate clar abordarea noastră și potențialul care ne e la îndemână.

Pentru întrebări legate de listarea noastră, modelul de business sau planurile de viitor, ne puteți scrie oricând la investors@2performant.com.

Sper să ne vedem la următoarea AGA 2Performant Network SA.

Dorin Boerescu

CEO și acționar principal 2Performant

1. Persoane responsabile

Pentru caracterul exact, complet, nedistorsionat și conform cu realitatea al prezentului document în toate aspectele sale importante, persoana responsabilă este **dl. Dorin Cristian Boerescu**, Administrator unic al societății 2PERFORMANT NETWORK S.A. denumită, în continuare, „2Performant”, respectiv, „Societatea” sau „Emitentul”. Consultantul Autorizat contractat în vederea admiterii la tranzacționare a acțiunilor Societății este SSIF GOLDRING S.A., reprezentată de **dl. Zahan Virgil Adrian**, în calitate de Director General, care își asumă răspunderea pentru profesionalismul și calitatea prelucrării și prezentării informației oferite de Emitent. De asemenea, Consultantul declară că, după cunoștința sa și ca urmare a verificărilor rezonabile, prezentul Memorandum oferă informații conforme cu realitatea și nu prezintă omisiuni de natură să afecteze semnificativ conținutul acestuia. Totodată, declară că nu a condus o verificare independentă a informațiilor puse la dispoziție de către Emitent și nu acordă nicio declarație sau garanție, expresă sau implicită, cu privire la acuratețea sau completitudinea acestor informații. Nimic din conținutul prezentului document nu este și nu va fi considerat a fi o promisiune sau o garanție a Consultantului în nicio privință și acesta declină orice răspundere în legătură cu acest Memorandum și cu performanțele viitoare ale Emitentului.

2. Denumirea emitentului

Emitentul acțiunilor obiect al prezentului Memorandum este **2PERFORMANT NETWORK S.A.**, persoană juridică română de drept privat organizată sub forma unei societăți pe acțiuni și funcționând în conformitate cu legile române aplicabile.

3. Domeniu de activitate

Potrivit actului constitutiv, domeniul principal de activitate al Societății este cel al „Activităților de servicii în tehnologia informației”.

4. Cod CAEN

Activitatea principală a Societății se încadrează în cod CAEN 6209, „Alte activități de servicii privind tehnologia informației”.

5. Cod fiscal

Codul unic de identificare fiscală a Societății este: **26405652**

6. Număr de înregistrare la Registrul Comerțului

Societatea este înregistrată la Registrul Comerțului de pe lângă Tribunalul București sub numărul J40/493/2010

7. Adresa Societății

Sediul social al 2Performant Network S.A. este în București, str. Vulturilor, nr. 98, et. 10, sector 3. Societatea nu are înregistrate filiale sau sedii secundare.

8. Date de contact

Website: <https://2performant.com/>

E-mail: investors@2performant.com

Telefon: +40 721 159 025

9. Persoana de legătură cu BVB

Numele persoanei de legătură cu Bursa de Valori București S.A. este dl. Bogdan Aron, CFO al 2Performant, (adresă de email bogdan.aron@2performant.com).

A doua persoană desemnată pentru relația societății cu Bursa de Valori București S.A. este dl. Dorin Cristian Boerescu, Administrator unic și director general al Societății (adresă de email dorin.boerescu@2performant.com)

10. Simbolul de tranzacționare

2P

11. Codul LEI, ISIN, CFI și FISN

Cod ISIN: **ROZMY1W6LM9**

Cod CFI: **ESVUFR**

Cod FISN: **2PERFORMANT/REGSHS RON0.1**

Cod LEI: **787200H7CCY07NXFB802**



12. Scurt istoric al societății

Astăzi, 2Performant este liderul pieței de marketing afiliat din România și o societate de tehnologie cu un model de business validat și cu un potențial de creștere ridicat, fiind direct conectată la evoluția comerțului online, a marketingului digital și a fenomenului de gig economy.

În timp ce entitatea juridică „2 Parale Afiliere SRL” (actualul 2Performant Network S.A.) a fost înființată în 2010, afacerea care stă la baza acesteia a debutat în anul 2008. În cei 12 ani de activitate, 2Performant a intermediat, prin platforma sa tehnologică [2Performant.com](https://2performant.com), 5,3 milioane de tranzacții în valoare de 223 milioane de euro pentru peste 600 de jucători din e-commerce din România și din regiune. Conform datelor societății, 2Performant este cea mai mare sursă locală de trafic pentru magazinele online din România, aducând lunar peste 4,5 milioane de clickuri pentru cei peste 600 de clienți, din peste 30 de industrii, care fac parte din portofoliul 2Performant. În total, 2Performant a adus peste 410 milioane de clickuri pentru magazinele online și a plătit 15,5 milioane de euro sub formă de comisioane către afiliații din platformă.

Din punct de vedere al performanței economico-financiare, 2Performant a prezentat un ritm de creștere ridicat în ultimii ani, cu o creștere anuală de două cifre. Prioritatea societății a fost aceea de a capta creșterea din comerțul online și din marketingul digital din România și din regiune prin investiții constante în tehnologia proprie și în suportul oferit utilizatorilor platformei, în marketing și vânzări.

Astfel, în 2019 societatea a înregistrat o cifră de afaceri de peste 15,5 milioane de lei, cu o creștere de 20% față de anul anterior, și un profit net de 701 mii de lei.

2Performant a încheiat primul semestru al anului 2020 cu o cifră de afaceri de 9,3 mil. lei, un nivel cu 37,5% mai mare decât în aceeași perioadă a anului anterior și cu o creștere cu 129% a indicelui EBITDA.

2Performant este parte din Noua Economie, definită de digitalizare și democratizare, în care abilitățile digitale și noile moduri de lucru și de colaborare între oameni și societăți stau la baza unor noi modele de business care generează oportunități noi în întreaga lume. Viziunea este cea care condus la lansarea primei rețele de afiliere din România - pe atunci 2Parale, astăzi 2Performant, la formarea pieței de profil și la dezvoltarea afacerii până în ziua de astăzi.

În 2008, 2Performant (la acea vreme, 2Parale) a introdus pe piața din România conceptul de marketing afiliat și prima rețea de acest tip. Aceasta se întâmpla la aproape 30 de ani de la conceptualizarea marketingului afiliat - ca referință, Amazon a lansat programul său de marketing afiliat în 1996 - și la puțin peste 10 ani de la lansarea primelor rețele de marketing afiliat din lume. De atunci, 2Performant și-a asumat rolul de lider și de formator al acestei piețe și a promovat marketingul afiliat drept unul dintre cele mai eficiente moduri de a cumpăra reclamă, pentru branduri, și un mod simplu și corect de a câștiga bani, pentru talentele digitale.

De-a lungul timpului, societatea a parcurs diferite etape, de la cele de testare și îmbunătățire a produsului, până la dezvoltarea unui model de afaceri unic, eficient, capabil să susțină un ritm de creștere accelerat pe termen mediu și lung. De asemenea, a atras o serie de business angels de renume și a realizat investiții de peste 1 milion de euro în tehnologia proprie care stă la baza platformei [2Performant.com](https://2performant.com) și a celor două produse disponibile - marketing afiliat și influencer marketing, platformă pe care o operează și din care generează venituri.

În 2011, societatea a intrat pe piața din Bulgaria și de atunci abordează mai multe piețe externe, direct și prin parteneriate cu rețele de afiliere regionale.

Un moment definitoriu în istoria societății îl reprezintă perioada 2015-2016, când a dezvoltat platforma actuală [2Performant.com](https://2performant.com), o platformă europeană în limba engleză, cu tranzacționare în moneda euro. Odată cu acesta are loc rebrandingul societății către 2Performant.

În 2018 și 2019, 2Performant își perfecționează și definitivează modelul de afaceri, lansând un nou produs - de influencer marketing - în cadrul aceleiași platforme tehnologice [2Performant.com](https://2performant.com). Totodată, își diversifică și crește sursele de venit și își dezvoltă capacitățile de Business Intelligence și de Client Service oferit utilizatorilor platformei.

Astfel, 2Performant a intrat în anul 2020 și în perioada de pandemie COVID-19 fiind perfect pregătită să capteze accelerarea din e-commerce care a avut loc în România și la nivel global. Astfel, 2020 devine cel mai bun an al societății de până acum.

Cifrele înregistrate de societate încă dinainte de începerea pandemiei, dar și în lunile care au urmat, validează încă o dată modelul de business al societății și capacitatea de a scala afacerea într-un ritm rapid.



O privire retrospectivă asupra evoluției afacerii 2Performant indică următoarele repere cronologice:

2010 2Parale, prima rețea de afiliere din România

În anul 2010, Dorin Boerescu împreună cu un business angel aduc afacerea existentă 2Parale într-o societate nouă, „2 Parale Afiliere SRL” (actualul 2Performant Network S.A.), iar Dorin Boerescu devine CEO al societății.

La baza acestei societăți stă prima rețea de afiliere din România, 2Parale, fondată de Radu Spineanu. În 2008, acesta a câștigat competiția pentru start-up-uri NetCamp cu ideea de a susține o nouă generație de antreprenori prin marketing afiliat. Astfel a obținut o finanțare de tip seed în valoare de 15.000 de euro și a lansat rețeaua de afiliere 2Parale. În 2009, Dorin Boerescu se alătură afacerii în calitate de acționar. Acesta era deja recunoscut ca antreprenor de succes în publicitate și în digital pe piața din România. Colaborase cu 2Parale ca afiliat, a văzut oportunitatea din acest business și a decis să cumpere 80% din companie alături de un business angel.

2011 - 2014 Dezvoltare și cicluri succesive de investiții

În anul 2011, societatea își extinde activitatea pe piața din Bulgaria, un prim pas al planului de dezvoltare extensivă, în completarea strategiei de creștere intensivă, prin dezvoltarea de produs și consolidarea poziției pe piața de origine. Aceasta se realizează prin platforma dedicată pieței din Bulgaria, 2Leva.

În această perioadă, societatea atrage o serie de angel investors cu renume pe piață și mai multe runde de finanțare care susțin dezvoltarea propriei tehnologii și creșterea business-ului. Astfel, 2Performant atrage investiții de aproape 450.000 de euro în perioada 2012-2014.

Societatea ajunge la o cifră de afaceri de peste 1,5 milioane de euro în 2014, marcând astfel o nouă creștere spectaculoasă de 15 ori în doar 4 ani.

2015 - 2016 Un nou început: rebranding și o nouă platformă, tehnologie proprie

Perioada 2015-2016 reprezintă un punct de inflexiune în evoluția 2Performant și un nou început pentru ceea ce este astăzi business-ul 2Performant.

În 2015 societatea obține o nouă investiție în valoare de 250.000 de euro și atinge pragul de 1,75 de milioane de euro la nivelul cifrei de afaceri.

În acest context, liderul pieței de marketing afiliat lansează platforma 2Performant.com realizată pe o tehnologie proprie, dezvoltată de echipa 2Performant. Astfel, 2Performant.com devine o platformă europeană de marketing afiliat, în limba engleză, cu posibilitatea de tranzacționare în moneda euro. Aceasta înglobează toți utilizatorii din 2Parale și 2Leva, platformele inițiale dedicate piețelor din România și din Bulgaria.

Prin hotărârea AGEA nr. 2 din data de 25.03.2015, societatea 2Parale Afiliere SRL își schimbă denumirea și forma juridică, devenind 2Performant Network S.A.

Societatea începe să fie auditată și se constituie Board-ul consultativ format inițial din Sergiu Neguț (investitor și co-fondator Fintech OS) și Vladimir Oane (antreprenor și co-fondator Deepstash), la care se adaugă ulterior Matei Pavel (antreprenor, investitor și co-fondator T-Me Studios).

În anul 2016 are loc migrarea către o nouă soluție tehnică: mutarea în Amazon Web Services (AWS). Odată cu aceasta este introdus sistemul de plată pre-pay și este îmbunătățită experiența de utilizare a platformei.



2017 Recunoașterea potențialului afacerii - finalistă „Made in Romania”

Povestea de succes a 2Performant este validată în mediul de afaceri și în sector prin recunoașterea și promovarea sa ca afacere românească inovativă, cu potențial de creștere și de impact asupra economiei românești – 2Performant se numără printre câștigătorii programului-competiție al Bursii de Valori București, „Made in Romania”.

Interesul pentru avantajele asociate statutului de emitent de instrumente financiare tranzacționabile pe bursa românească, precum accesul la instrumente de atragere și fidelizare a partenerilor și resursei umane cheie, accesul la noi surse de finanțare, vizibilitate, credibilitate și promovare etc., conduce echipa managerială spre primii pași în evaluarea oportunității de admitere la tranzacționare.

2018 Definitivarea modelului de business și lansarea unui nou produs

Anul 2018 marchează definitivarea modelului de business 2Performant, care de atunci a fost validat în mod repetat, inclusiv pe perioada pandemiei de COVID-19.

Astfel, în 2018 societatea dezvoltă un nou produs, cel de influencer marketing, ca nou mod de colaborare între utilizatorii platformei [2Performant.com](https://2performant.com). Produsul de influencer marketing este lansat în urma unei investiții din fonduri proprii în valoare de 250.000 de euro. Astfel, societatea dovedește scalabilitatea afacerii și capacitatea de lansare de produse în baza tehnologiei proprii dezvoltate de-a lungul anilor. Totodată, 2Performant lansează departamentul propriu de Business Intelligence, pentru a avea un management mai bun al tuturor datelor din platforma societății.

Valoarea totală a capitalului investit în tehnologia 2Performant depășește 1 milion de euro, cu rezultate semnificative la nivelul performanței operaționale și financiare, a extinderii afacerii prin lansarea de noi produse și prin pătrunderea pe piețe noi, dar și la nivelul calității experienței utilizatorilor platformei (UX și UI).

În 2018, managementul societății ia decizia strategică de a se concentra pe cele două produse disponibile în platforma [2Performant.com](https://2performant.com) - marketing afiliat și influencer marketing - și de a renunța la activitatea de Pay-Per-Click (marketing digital), cu alte cuvinte activitatea de marketing digital. Până la finalul anului 2018, 2Performant încheie procesul de vânzare a acestei divizii către o agenție românească de marketing online.

2019 Funcție de suport pentru utilizatori și noi surse de venit

Astfel, 2019 este primul an în care societatea operează integral pe noul model de business pe care îl regăsim și astăzi la 2Performant.

Cu o tehnologie proprie capabilă să scaleze la nivel de volume de trafic și tranzacții și la nivel de produs, pasul următor a fost acela de a crește nivelul de suport oferit utilizatorilor 2Performant, pentru a putea susține creșterea societății.

Astfel, în 2019 societatea creează departamentul de Account Management, care oferă consultanță și sprijin utilizatorilor [2Performant.com](https://2performant.com), pentru ca aceștia să își poată maximiza câștigurile obținute prin platformă.

În aceeași direcție, platforma [2Performant.com](https://2performant.com) este îmbunătățită în continuu, pentru a oferi o experiență optimă utilizatorilor.

Totodată, în 2019 societatea își diversifică și crește sursele de venit și își îmbunătățește politica de preț, care se reflectă în creșterea veniturilor.



2020

+37,5% cifră de afaceri | +129% EBITDA | +54% vânzări în platformă | admitere la BVB

2020 se dovedește a fi cel mai bun an din istoria 2Performant.

Societatea înregistrează creșteri importante încă de la începutul anului, ca urmare a eforturilor susținute de business din ultimii ani: investițiile în tehnologie, dezvoltarea capacității de support și sales, consolidarea unei comunități puternice de utilizatori și diversificarea și creșterea surselor de venit.

Contextul general creat de pandemie a dus la o accelerare puternică a pieței de e-commerce, tradusă în creșteri importante pentru jucătorii din acest segment. În primul trimestru din 2020, 2Performant raportează o cifră de afaceri în creștere cu 26,8% față de anul trecut, ajungând la 4,2 milioane de lei, în timp ce în trimestrul al doilea creșterea este de 48%, ajungând la peste 5 milioane de lei. Comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut, indicele EBITDA a crescut în semestrul 1 cu 129%.

Societatea a generat în prima jumătate a anului pentru clienții săi vânzări cu 54,1% mai mari, în valoare de peste 27 milioane de euro (TVA inclus). În același timp, comisioanele obținute de afiliați prin intermediul platformei [2Performant.com](https://2performant.com) au înregistrat o creștere de 38,1% și au ajuns la aproape 1,7 milioane de euro.

În perioada pandemiei, 2Performant lansează „TU ești Performant”, planul de măsuri pentru adaptarea industriei de online la noua realitate, pentru a sprijini clienții să facă performanță în acest context. În același timp, societatea îmbunătățește metodele de lucru la distanță pentru echipa sa, deja familiarizată cu sistemul de lucru remote. De asemenea, extinde echipa de support și client service și realizează recrutări pentru poziții cheie din societate.

2Performant anunță intenția de admitere a acțiunilor sale la tranzacționare pe Sistemul Multilateral de Tranzacționare a Burselor de Valori București – piața AeRO în cursul anului 2020, în urma deciziei cu nr 4 din AGEA din 09.07.2020.

13. Descrierea activității 2Performant Network S.A.

2Performant este o societate de tehnologie care dezvoltă, operează și monetizează propria platformă tehnologică, prin cele două produse: marketing afiliat și influencer marketing.

Pentru o bună înțelegere a conținutului, spiritului și viziunii afacerii 2Performant, punem la dispoziția investitorilor un glosar de termeni de specialitate, la care se pot întoarce oricând pe parcursul lecturării Documentului:

GLOSAR DE TERMENI

Acțiune	Un eveniment pe site-ul unui advertiser pentru care acesta plătește un comision. O acțiune poate fi vânzare sau lead (completarea unui formular, înscriere la newsletter, etc.) în funcție de caracteristicile produselor/serviciilor comercializate.
Advertiser	Afacerea care se promovează online, respectiv, o societate care operează unul sau mai multe site-uri de prezentare sau magazine online și prin care vinde un produs sau serviciu, acceptă plăți și execută comenzi online. Advertiserul este cel care inițiază și derulează un program de afiliere sau o campanie de influencer marketing, prin care pune la dispoziția afiliaților și influencerilor mai multe instrumente de promovare a produselor sau serviciilor sale.
Afiliat (marketer)	Este o persoană fizică sau juridică care promovează produse și/sau servicii ale unui advertiser în schimbul unui comision pentru vânzări (sale) sau pentru direcționare de clienți în vederea creșterii bazei de date (lead). Poate fi publisher, blogger, specialist SEM sau orice persoană cu competențele, timpul și motivația de a se înscrie într-un program de afiliere cu scopul de a genera vânzări sau lead-uri în schimbul plății unor comisioane corelate cu rezultatele.
Afiliat activ	Afiliații care, într-o anumită perioadă de timp, generează accesări online pentru ofertele advertiserilor din partea potențialilor consumatori vizați de aceștia
Afiliat productiv	Afiliații care, într-o anumită perioadă de timp, prin activitatea de promovare online, generează vânzări pentru advertiseri și, respectiv, comision pentru afiliat și pentru 2Performant.
Affiliate Ranking	Clasament al afiliaților, bazat pe numărul de comisioane generate (și nerespinse) în ultimele 90 de zile.



Campanie de marketing afiliat	Fiecare advertiser are propria sa campanie prin intermediul căreia își prezintă produsele/serviciile, valoarea comisioanelor, precum și alte condiții pentru promovare. Acestea se diferențiază de programele de afiliere prin faptul că sunt limitate în timp, pe când programul are o durată de viață nelimitată.
Click	Accesare a ofertei unui advertiser de către un consumator țintă, generată în urma promovării online de către un afiliat al platformei 2Performant.
Conversie	Un eveniment care apare atunci când un utilizator/client, trimis de un afiliat pe site-ul advertiserului, îndeplinește o acțiune (vânzare sau lead) pentru care advertiserul este dispus să plătească. Afiliații câștigă comisioane doar atunci când apar conversii din partea utilizatorilor.
Cost-per-Click	Costul necesar obținerii unui click. În general în afiliere, unde plata este realizată la vânzare, acest termen este folosit pentru a arăta eficiența activității de afiliere în raport cu alte tactici de marketing digital, prin comparație.
Cost-per-Action	Este un model de plată în publicitatea online, care presupune un cost din partea advertiserului doar la acțiunea făcută de utilizatorul direcționat de un afiliat pe site-ul advertiserului. Concret, advertiserul plătește numai pentru acțiunile stabilite în program: vânzare (cost-per-sale), lead (cost-per-lead), completare formular, vizionare clip, share, follow, etc – orice acțiune definită de advertiser ca fiind de interes pentru el.
Afacere de tip „growth”	Termen utilizat pentru a descrie firmele care au capacitatea de a înregistra o creștere accelerată într-o perioadă scurtă de timp.
E-commerce	Tranzacții comerciale efectuate electronic pe internet, între un business și partenerii săi (furnizori și/sau clienți).
Feed de produse	Un fișier în format CSV sau XML care conține produsele de pe site-ul unui advertiser, împreună cu detalii despre aceste produse, precum: nume produs, descriere produs, preț, imagine produs etc.
Influencer	Persoane cu autoritate informală și influență asupra unui grup țintă de consumatori de dimensiuni importante care, cu condiția validării calității și avantajelor reale ale ofertelor companiilor partenere, promovează și încurajează experimentarea produselor/ serviciilor acestora. De cele mai multe ori, activitatea de promovare prin influenceri are ca rezultat principal vizat și realizat creșterea popularității, a imaginii și încrederii în brandul/ compania ofertantă, dar și vânzări propriu-zise. La 2Performant.com , activitatea influencerilor este recompensată la postare sau la campanie și este rezultatul unei negocieri între advertiser și influencer.
Influencer marketing	Este un tip de marketing în care promovarea unei companii este realizată de către o persoană lider de opinie, cu influență asupra unor comunități - mai mari sau mai mici - de „urmăritori” în mediul online
Lead	O acțiune stabilită de advertiser pentru care afiliatului îi revine un comision și în care un utilizator direcționat de afiliat completează, semnează sau descarcă ceva de pe site-ul advertiserului respectiv. Totodată, un lead mai reprezintă și un potențial client care completează un formular pe site-ul advertiserului.
Marketing afiliat	Un tip de marketing bazat pe performanță care descrie relația dintre un advertiser și un afiliat, în care cel din urmă trimite utilizatori pe site-ul advertiserului și este plătit doar atunci când utilizatorii convertesc acțiunile determinate (vânzare sau lead).
Pay-per-Click	Model de comisionare a afiliatului care presupune remunerarea acestuia la fiecare accesare a ofertei companiei advertiser (click) de către un potențial client, generată de afiliat.
Pay-per-Sale	Modelul 2Performant bazat pe performanță de remunerare a afiliatului, prin care compania advertiser plătește comision către afiliat doar la generarea unei tranzacții pe oferta sa, prin afiliatul respectiv.
Platformă de afiliere	Platforma tech care susține activitatea unei rețele de afiliere. Aceasta furnizează infrastructura necesară colaborării dintre advertiseri și afiliați: crearea de profile de utilizatori, funcțiile de descoperire și de comunicare între utilizatori, cadrul comercial, legal și tehnic pentru derularea colaborărilor dintre utilizatori, realizarea plătilor, rapoarte și statistici.
Program de afiliere	Un program de marketing construit de advertiser care permite afiliaților să recomande produsele sau serviciile de pe site-ul său, în schimbul unui comision în baza rezultatelor dorite (vânzare sau lead). Prepaid: un program de afiliere în care advertiserul și-a pre-încărcat contul cu o sumă de bani. Postpaid: un program de afiliere în sistem de facturare a comisioanelor generate.
Rata de acceptare	Este un indicator în rețeaua 2Performant, vizibil tuturor utilizatorilor platformei, care stabilește rata de aprobare a comisioanelor. O valoare ridicată a acestei rate indică promptitudine în aprobarea comisioanelor, accentuând motivația afiliaților de a aplica la programul de afiliere.
Rata de conversie	Procentajul consumatorilor care au îndeplinit o acțiune, fie au cumpărat un produs de pe site (vânzare), fie au completat un formular/abonat la newsletter, etc (lead). Este un indicator folosit pentru a afișa câte conversii au făcut afiliații, raportate la numărul de click-uri generate de aceștia.
Rețea de afiliere	Entitate care derulează activitatea de marketing afiliat, în acest caz 2Performant. Printr-o platformă tehnologică, aceasta furnizează infrastructura comercială, legală, socială și tehnică pentru colaborarea dintre utilizatori (advertiseri și afiliați / influenceri). Prin intermediul rețelei de afiliere utilizatorii se pot conecta, pot decide să lucreze împreună, pot comunica, pot face plăți sau încasa sumele pentru comisioane, pot vizualiza statistici și rapoarte etc. Rețeaua de afiliere este de cele mai multe ori un third party independent între afiliați și advertiseri.
SaaS	Software as a Service – model de utilizare a programelor tip software licențiat pe bază de abonament și în regim online, nu prin achiziție și instalare pe terminalul utilizatorului.
Self-service	Model de furnizare de servicii care pune la dispoziția utilizatorului toate informațiile și instrumentele necesare pentru ca acesta să își poată răspunde singur, ușor și optim propriilor cerințe și nevoi.



13.1 Model de business, viziune, misiune și valori 2Performant

Viziunea, misiunea și valorile definite sunt cele care au condus inițial la înființarea societății, pe un model de business inovator pentru piața din România, și la dezvoltarea acesteia până în ziua de astăzi. Sunt împărtășite de întreaga echipă 2Performant și sunt puse în practică în fiecare zi la nivel de produs, de relație cu utilizatorii în platformă și în raport cu toate părțile interesate.

> Viziune

Încă de la început, societatea 2Performant a fost construită pe viziunea că marketingul va fi democratizat cu ajutorul tehnologiei.

Domeniul marketing-ului este marcat de revoluția generată de tehnologie și de schimbarea de generații și de raporturi de muncă, prezentă în numeroase domenii de activitate: pe de o parte, migrarea talentelor digitale către gig economy și schimbarea raporturilor de muncă; pe de altă parte, multitudinea de canale de comunicare care impun specializare și nevoia de măsurare și cuantificare a rezultatelor în activitatea de marketing.

În viziunea 2Performant, viitorul marketing-ului este unul democratizat și colaborativ. Fie că este vorba despre afiliere, despre influencer marketing sau despre alte modele de colaborare între branduri și talentele digitale, accesul la aceste talente și datele transparente și cuantificabile reprezintă răspunsul la multe dintre provocările oamenilor de marketing de astăzi. În același timp, acest mod de colaborare oferă talentelor digitale beneficii consistente precum accesul la brandurile mari, posibilitatea de a își valorifica abilitățile și de a obține venituri bazate pe performanță.

Platformele digitale precum 2Performant aduc laolaltă brandurile și talentele digitale și creează un cadru sigur, transparent și eficient de colaborare pe bază de date și rezultate, care generează valoare pentru toate părțile implicate.

Acesta este motivul pentru care 2Performant a introdus conceptul de marketing afiliat pe piața din România în 2008, a creat și format piața de afiliere și a dezvoltat ulterior un al doilea produs pe aceleași principii, cel de influencer marketing.

> Misiune

Misiunea 2Performant este aceea de a oferi talentelor digitale, fie ei **afiliați**, **influenceri** sau specialiști din alte domenii, șansa de a își atinge potențialul maxim. În acest fel, 2Performant susține o nouă generație de antreprenori în domeniul digital.

În centrul activității 2Performant se află specialiștii în marketing digital, un segment în creștere accelerată în spațiul european și la nivel global. Pentru aceștia, societatea pune la dispoziție infrastructura tehnologică, cadrul operațional și legal, know-how-ul și suportul pentru a își dezvolta abilitățile, pentru a își crește veniturile și pentru a genera, la rândul lor, valoare.

> Valori

Transparența și performanța sunt două dintre valorile pe care societatea și echipa 2Performant le împărtășesc și le practică în fiecare zi. Acest lucru este prezent în mod vizibil în modelul de business și în platforma [2Performant.com](https://2performant.com), care promovează transparența datelor și recompensează, nemijlocit, performanța.

De asemenea, inovarea și leadership-ul asumat cu responsabilitate sunt elemente definitorii pentru 2Performant și pentru modul în care își dezvoltă afacerea.

În plus, societatea pune accent pe governanța corporativă și este orientată spre maximizarea beneficiilor tuturor părților interesate în raport cu 2Performant.

> Obiectiv strategic și abordarea de business

Obiectivul 2Performant este acela de a deveni, pe termen mediu, un partener strategic pentru activitatea de marketing a brandurilor din e-commerce și din alte industrii cu potențial de tracțiune mare în mediul online, din România și din regiunea Europei Centrale și de Est. În același timp, 2Performant își propune să își mențină poziția de lider al pieței locale de marketing afiliat și să continue să conducă prin educație și responsabilitate.

Astfel, prioritatea în următorii ani o va reprezenta produsul de marketing afiliat, produs validat cu potențial de creștere ridicat, în special în contextul accelerării comerțului online la nivel global.

În ce privește piața din România, obiectivul este acela de a capta creșterea din e-commerce și de a valorifica potențialul evaluat pentru această piață, de creștere anuală estimată într-un interval de 18%-28% pentru 2020 și următorii ani, în ritm cu dezvoltarea comerțului online așteptată în următorii ani.

În plus, 2Performant își propune, pe termen mediu, odată cu finanțarea vizată prin admiterea la tranzacționare pe SMT al Bursei de Valori București, să își crească veniturile din piețele din regiunea Europei Centrale și de Est, care acum se situează la aproximativ 10% din veniturile societății.

Totodată, echipa de management 2Performant este și va rămâne deschisă la noi oportunități. Sectoarele de



tehnologie, marketing digital și e-commerce sunt caracterizate de dinamism și sunt printre primele care adoptă noi tendințe și modele. Inovarea și atitudinea de first mover sunt în ADN-ul societății și al brand-ului 2Performant și reprezintă unele dintre ingredientele care au condus la creșterea accelerată a societății din ultimii ani. Așadar, este esențial pentru 2Performant să urmărească și să monitorizeze în permanență tendințele din piețele relevante, să identifice și să valorifice oportunitățile majore care pot genera valoare pe termen mediu și lung.

► Avantaje strategice

Prin viziune și prin multiple iterații la nivel de produs și funcționalități, politici de preț și de abordare a pieței, 2Performant a dobândit o serie de avantaje competitive, avantaje pe care își propune să le securizeze și să le dezvolte pe viitor, pentru a-și întări poziția pe piața din România și din regiune:

1. Rolul de formator și de lider al pieței din România și portofoliul regional al societății
2. Comunitatea puternică, prin dimensiune și grad de implicare și loialitate, de utilizatori: afiliați, advertiseri și influenceri
3. Platforma tehnologică proprie, o platformă europeană (în limba engleză, cu posibilitate de tranzacționare în moneda euro), actuală și scalabilă pentru a susține creșterea societății
4. Modelul de business, cu surse de venit diverse și cu clienți dintr-o multitudine de sectoare de activitate
5. Accesul la finanțare prin admiterea la tranzacționare pe SMT al BVB

► Model de business

Modelul de business 2Performant este axat în jurul tehnologiei pe care se bazează platforma [2Performant.com](https://2performant.com), tehnologie pe care societatea o dezvoltă și îmbunătățește, o operează și monetizează prin intermediul celor două produse - marketing afiliat și influencer marketing.

Concret, 2Performant pune la dispoziția companiilor și talentelor digitale infrastructura tehnologică, cadrul legal și fiscal și know-how-ul pentru a putea colabora în mod eficient, corect și transparent, în beneficiul tuturor părților.

În ultimii ani, diversificarea și creșterea surselor de venit și îmbunătățirea sistemului de tarificare a reprezentat o prioritate pentru societate, fapt care se reflectă în creșterea veniturilor în raport cu creșterea încasărilor.

Activitatea talentelor digitale, afiliați și influenceri, în interiorul platformei [2Performant.com](https://2performant.com), este gratuită, de la crearea unui cont și până la încasarea comisiunilor.

În cazul produsului de marketing afiliat, advertiserii - companiile și brandurile care dezvoltă programe de marketing afiliat în [2Performant.com](https://2performant.com), plătesc către afiliați un comision calculat ca procent din vânzările generate de aceștia prin platformă, procent care se situează, în general, între 2% și 20% din valoarea vânzărilor generate.

În ce privește sursele de venit 2Performant din marketing afiliat, acestea sunt de trei tipuri:

1. Comision de rețea, calculat ca procent din veniturile obținute de afiliați (între 20% și 40%) și facturat separat către advertiseri. Raportat la vânzările generate prin platformă, comisionul societății reprezintă aproximativ 2% din vânzări.
2. Abonament pentru utilizarea platformei, care reprezintă o sumă fixă lunară. Există mai multe tipuri de abonamente, în funcție de accesul la funcționalitățile platformei și de nivelul de support pe care echipa 2Performant îl oferă advertiserului.
3. Suplimentar, advertiserii pot plăti taxe de promovare în rândul afiliaților, pentru a crește vizibilitatea advertiserilor în platformă, la evenimente offline sau în alte situații.

În cazul produsului de influencer marketing, sursele de venit 2Performant includ: taxa de creare de cont, comision din bugetul de influencer marketing (20% în medie) și eventuale taxe pentru managementul campaniei de influencer marketing sau taxe pentru servicii suplimentare precum strategia de campanii cu influenceri, la cererea advertiserului. Platforma 2Performant permite două modalități de plată pentru companii: pre-pay, în sistem de plată în avans respectiv alimentare continuă a contului, modalitate care înregistrează o creștere semnificativă; și post-pay, cu facturare săptămânală sau lunară. În acest fel, societatea are un management eficient al veniturilor și cheltuielilor și al cash flow-ului și o predictibilitate bună a acestora.

2Performant testează de asemenea și implementarea unor parteneriate strategice cu jucători internaționali precum rețeaua globală de afiliere Tradedoubler. În această situație, 2Performant obține venituri exclusiv din comisionul la vânzare, pe care îl împarte cu rețeaua-partener. Volumele implicate într-un asemenea parteneriat, în centrul căruia se află branduri mari din e-commerce, pot genera venituri considerabile exclusiv din comisionul la vânzare.

Un alt punct forte al modelului de business îl reprezintă varietatea domeniilor de activitate ale advertiserilor din [2Performant.com](https://2performant.com): Fashion; Cărți, filme și muzică; Produse de înfrumusețare; Electronice; Produse pentru copii; Produse pentru casă și grădină; Articole sportive și pentru activități outdoor; Produse pentru sănătate și îngrijire



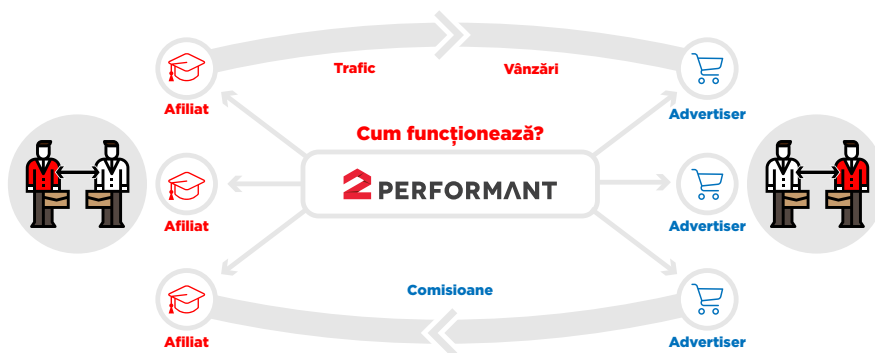
personală și multe altele. În acest fel, veniturile 2Performant nu sunt direct dependente de un anumit sector de activitate. Această distribuție a clienților 2Performant pe sectoare de activitate aduce stabilitate societății, în special în perioade în care anumite sectoare sunt afectate în mod deosebit.

13.2. Oferta 2Performant

Platforma [2Performant.com](https://2performant.com) reprezintă spațiul de întâlnire și de colaborare a afacerilor cu expunere online cu talentele digitale în domeniul marketing-ului. Prin această platformă tehnologică, 2Performant operează și monetizează cele două produse actuale ale societății, care reprezintă modalități de colaborare între utilizatorii platformei (advertiseri, afiliați și influenceri): Marketing afiliat și Influencer marketing.

13.2.1. Marketing afiliat

Sintetic, marketingul afiliat presupune promovare plătită la cost pe vânzare (cost per sale). Cu alte cuvinte, aceasta reprezintă modalitatea de colaborare dintre un brand (în general magazin online) și specialiștii în digital marketing care pot trimite potențiali clienți către magazine prin diverse forme sau proiecte de promovare online, primind în schimb un comision pentru vânzările generate. Cele două părți sunt simultan în avantaj: pentru branduri, marketingul afiliat este probabil cel mai eficient mod de a cumpăra reclamă, iar pentru specialiști, este cea mai simplă modalitate de a câștiga bani folosind timpul, banii și competențele de digital marketing. Platforma [2Performant.com](https://2performant.com) intermediază această relație, făcând-o simplă, corectă și bazată pe performanță.



Ca rezultat, în cei 12 ani de activitate, 2Performant a generat, pentru magazinele online din platforma:

- 5,3 milioane de tranzacții;
- 223 milioane de euro vânzări
- aprox. 4,5 milioane de clickuri lunar
- 420 milioane de clickuri în total

În același timp, afiliații 2Performant au câștigat comisioane în valoare de peste 15.5 milioane de euro.

În ceea ce privește calitatea de advertiser, aceasta este atribuită în general magazinelor care operează în mediul online, **printre advertiserii activi pe platforma 2Performant numărându-se: Elefant, Decathlon, Libris, DyFashion, Somproduct, Answear, Kitunghii, Vivre, BestValue, FashionDays, Lensa, Nichiduta, Orange, Hervis, Noriel, Vivre, Cărturești, Depurtat, epantofi, Litera, Evomag, Notino, TopShop, Provident, F64, Esteto, Farmec, Various Brands, iHunt, Watchshop, Chicco etc.**

Afiliații, utilizatorii platformei care promovează online ofertele advertiserilor cu care au intrat în relație de afiliere, au ca obiectiv să genereze trafic targetat în magazinele online ale acestora, fiind remunerați în momentul în care un vizitator trimis de ei realizează o achiziție pentru advertiser.

Afiliații pot fi persoane fizice sau juridice care activează pe piață sub diverse forme, cum ar fi:

- Site-uri de conținut – generalist sau commercial (blogging, proiecte dedicate);
- Specialiști PayPerClick (Google și Facebook ads);
- Publisheri (ziare, televiziuni, publicații online etc.);
- Specialiști sau firme de email marketing;
- Proiecte de cashback și coduri de reducere (vouchere);
- Agregatoare de produse pe o anumită industrie;
- Comparatoare de prețuri;
- Comunități de shopping pe rețelele de socializare



Previzibilitatea asociată costurilor și volumelor serviciului oferit generează o tendință de creștere a numărului de **afiliați de la o perioadă la alta, printre aceștia putând fi menționați: Myblog.ro, Lovestyle.ro, Fashion8.ro, Bookuria.info, Bonusway.ro, Andreea Balaban, Use-beez.com, Stirileprotv.ro, Kudika.ro, Okazii.ro, ING Bazar, Revolut, KelkooGroup, Picodi, Shopping24 etc.**

La nivel internațional, acest sistem de publicitate funcționează de aproape 30 de ani, Amazon fiind unul dintre brandurile cu renume care utilizează marketingul afiliat din anul 1996. În România, publicitatea prin afiliere a început în 2008, concept introdus pe piață prin platforma 2Parale.ro. În prezent, peste o mie de branduri fac afiliere activ în România, dintre care 600 prin 2Performant.

Utilitatea acestui produs derivă din accesul necondiționat la platformă atât pentru afiliați, cât și pentru companiile interesate de comerț online. Sistemul de operare al platformei contorizează în permanență, și prezintă în timp real, vânzările generate prin intermediul acesteia.

Mecanismul de tarificare este unul axat pe stimularea afiliaților, companiile remunerând prin comisionare doar vânzările efectiv generate prin platformă (cost per sale). Comisionul aferent serviciului de intermediere este calculat ca procent din veniturile obținute de afiliați (între 20% și 40% din acestea), respectiv, procent din vânzările realizate de companiile advertiseri prin afiliații 2Performant (aprox. 2%). Raportat la vânzările generate prin platforma 2Performant, comisionul societății reprezintă aproximativ 2% din vânzări. În baza abonamentelor pre-pay și post-pay plătite de către companii, 2Performant oferă acces la platformă și un nivel de suport care poate varia de la self-service și până la servicii de strategie și account management.

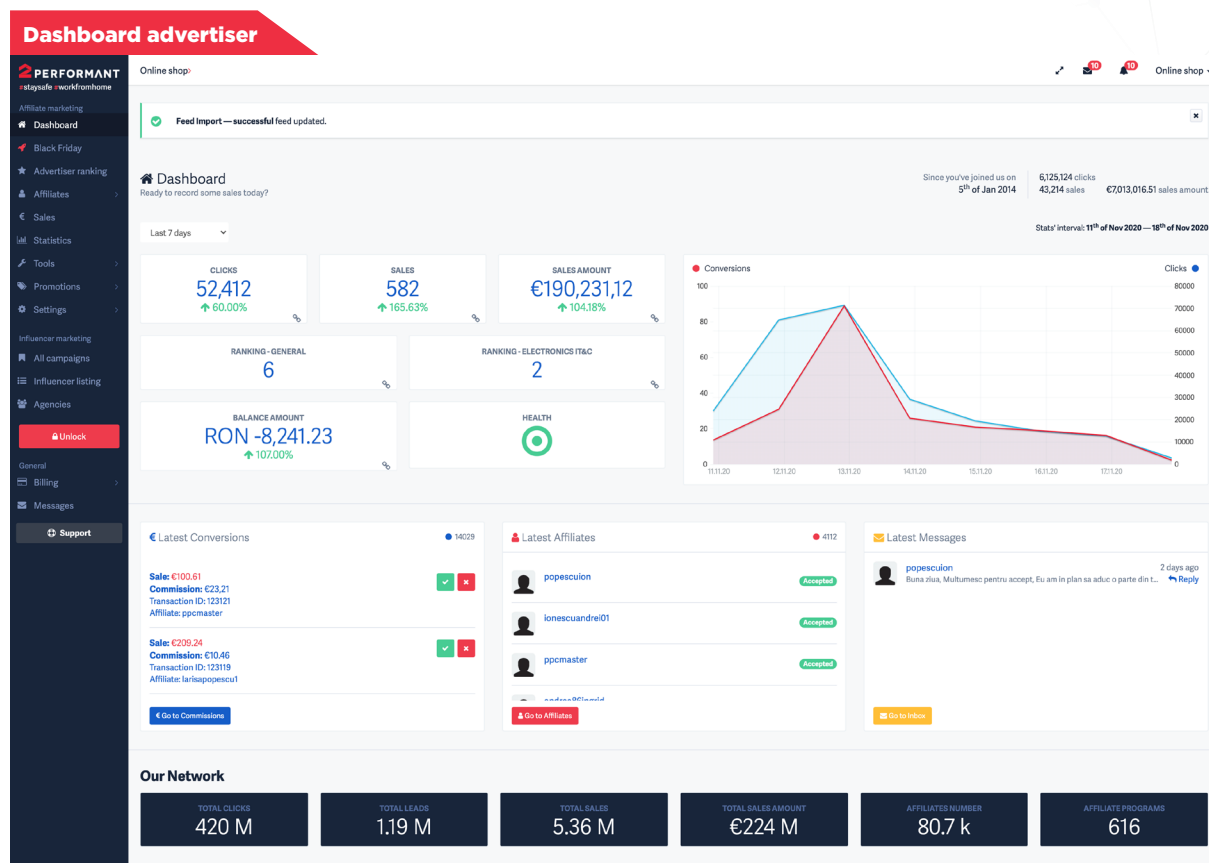
Oferta de abonamente 2Performant pentru companii este construită astfel încât să răspundă nevoilor și preferințelor unei game diverse de profiluri, de la advertiseri începători și ocazionali, până la afaceri de dimensiuni mari sau clienți pentru care vânzările online sunt importante, care inițiază și derulează campanii de promovare în mod curent și/sau de amploare:

Facilități	Start Up	Performer	Plus	Enterprise	
Prima lună gratuită	✓	✓	x	x	
Număr nelimitat de afiliați	✓	✓	✓	✓	
Invitații/lună către afiliații din Affiliate Ranking	10	20	60	100	
Afișare în Advertiser Ranking	✓	✓	✓	✓	
Acces la recrutare afiliați	✓	✓	✓	✓	
Mesaje/lună care se trimite către toți afiliații odată, prin platformă	1	2	4	5	
Număr nelimitat de mesaje one-to-one între client și afiliați	✓	✓	✓	✓	
Statistici în timp real	✓	✓	✓	✓	
Workshop marketing afiliat	✓	✓	✓	✓	
Includere în newsletter-ul trimis către toată baza de date a 2Performant care anunță programele nou lansate	✓	✓	✓	✓	
Suport standard prin email & telefon	✓	✓	✓	✓	
Promotii pe lună	x	1	4	5	
Feed de produse	x	1	5	nelimitat	
Suport dedicat prin email & telefon.	x	x	✓	✓	
Rapoarte lunare	x	x	✓	✓	
Recomandări / consultanță personalizată (ore/lună)	x	x	2	15	
Implementare cod de tracking	opțional	opțional	opțional	opțional	
Costuri	Taxă de configurare	99 Eur	99 Eur	99 Eur	99 Eur
	Depozit inițial activare	145 Eur	245 Eur	245 Eur	245 Eur
	Abonament lunar	29 Eur	49 Eur	99 Eur	499 Eur
	Comision rețea	40%	40%	40%	40%
	Implementare cod tracking	100 Eur	100 Eur	100 Eur	100 Eur

Dinamica și complexitatea rețelei [2Performant.com](https://2performant.com) permite operarea eficientă a managementului programului de afiliere. Aceasta asigură evidențe în timp real, recrutarea și fidelizarea comunității de afiliați și advertiseri, abordare de tip gamification și posibilitatea de a lucra simultan pe mai multe piețe din aceeași platformă.

Mai mult decât atât, platforma cuantifică în permanență activitatea derulată prin intermediul acesteia utilizând diverși indicatori care sunt ulterior evidențiați public, asigurând relevanță și transparență. Acești indicatori abordează valori precum: valoarea medie a comisiunilor din vânzări, valoarea medie a comenzilor etc.

Toate aceste funcționalități, împreună cu nivelul ridicat de motivare și implicare a afiliaților, reprezintă diferențiatori puternici ai 2Performant atât piața din România cât și pe piețele europene.



► Marketing afiliat în relația cu partenerii internaționali

Versiunea în limba engleză a platformei și opțiunea pentru moneda euro, alături de posibilitatea de tranzacționare în moneda fiecărei țări deservite, au creat premisele necesare pentru extinderea 2Performant pe piața europeană. Fie că vorbim de branduri internaționale care vând pe piața din România sau de branduri românești care se extind în Europa, 2Performant facilitează colaborarea acestora cu talentele digitale din piețele țintă. În plus, comerțul online intra-comunitar poate acționa ca un accelerator pentru dezvoltarea afacerii 2Performant pe piețe externe, prin platforma existentă.

Până în prezent, 2Performant contorizează peste 5.3 milioane de tranzacții intermediare.

2Performant a testat cu succes implementarea unor parteneriate strategice cu diverși jucători internaționali precum rețeaua de marketing afiliat Tradedoubler. În aceasta situație, 2Performant realizează managementul programului de afiliere în platforma 2Performant și funcționează ca afiliat/ sub-rețea al Tradedoubler.

13.2.2 Influencer marketing

Observând tendința accentuată de creștere a fenomenului de influencer marketing pe piața locală și la nivel mondial, 2Performant a dezvoltat produsul de Influencer Marketing. Acesta reprezintă o nouă modalitate de colaborare între talentele digitale și branduri și, pentru 2Performant, o nouă direcție de valorificare a platformei tehnologice cu funcționalitățile sale deja existente.

Deși în faze incipiente, produsul de influencer marketing a fost utilizat de branduri cu prezență pe piața locală, precum: Elefant.ro, Decathlon, Pampers, Otter, Fashion House, Litera, Engie, Librex, PlayStation, Tchibo, Smartbill, Zarea, Wella, Cărtușești, Esteto, Vivre, Lay's, ING, Orange, Old Spice etc. Cadrul tehnic al acestui produs este centrat pe influenceri și prezintă o serie de avantaje pentru aceștia, cum ar fi: oportunitatea de a alege campaniile dorite, absența clauzelor de exclusivitate din partea platformei, transparența datelor, suport tehnic și comercial.

Procesul de realizare a unui profil de influencer pe platforma 2Performant, precum și de aplicare la campaniile disponibile în platforma este unul rapid, eficient și simplu.

Aportul la cifra de afaceri a societății generat de acest serviciu constă, în esență, în taxe impuse circuitului integrat de setup, comisioane asociate bugetelor de influencer marketing, taxarea managementului campaniei de influencer marketing și alte taxe suplimentare pentru servicii conexe, precum strategii de campanii cu influenceri sau propuneri creative.

13.3 Platforma și infrastructura tehnică

13.3.1 Descriere

2Performant a construit și optimizează o platformă complexă, care oferă funcționalități în mai multe zone: cea principală, de direcționare a traficului utilizatorilor și a atribuirii corecte a conversiilor către afiliatul care le-a generat, completată de: mesagerie internă, sistem de facturare pentru magazine și de plăți (include calculul, reținerea la sursă și plata impozitului) pentru afiliați, sistem de import al produselor magazinelor și export către afiliații acceptați. În plus interfața programatică (API) permite accesarea datelor importante în timp real.

În materie de Influencer Marketing, o parte importantă din procesul de creare, management și raportare pentru campaniile de influencer marketing a fost automatizată, iar advertiserii primesc suport specializat pentru managementul unei campanii și o listă cu creatori de conținut cu profile detaliate. Bugetul pentru o campanie este încărcat în platformă, iar odată ce advertiserul aprobă livrabilele încărcate de influencer, suma negociată de aceștia ajunge în contul acestuia din urmă.









13.3.2 Arhitectura tehnică – infrastructură

În organizarea infrastructurii, se urmărește asigurarea:

- disponibilității funcțiilor platformei
- răspunsului rapid la toate interogările (performanță)
- ușurința creșterii sau diminuării capacității atunci când volumul cererilor de la utilizatori o impune (scalare)

Pentru disponibilitate ridicată:

- Cloudflare: rețea de livrare a conținutului (CDN) și blocarea atacurilor
- AWS networking, Load Balancing
- Monitorizarea sănătății serverelor
- Sistem de alertare în caz de funcționare anormală (performanță degradată sau erori) cu Pingdom, PagerDuty

	2Performant API	HTTPS	99.93%		485 ms 6 hours
	2Performant Conversion A...	HTTPS	99.93%		381 ms 6 hours
	2Performant Platform Inter... network.2performant.com	HTTPS	>99.99%		468 ms 15 minutes
	2Performant Website 2Performant.com	HTTPS	99.99%		998 ms 38 minutes



Disponibilitate și timp de răspuns (verificat din locații externe - Europa, America de Nord - de Pingdom, de la 1 octombrie 2019 la 30 septembrie 2020)

- Asigurarea intervenției printr-un membru al echipei dedicat răspunsurilor la alerte

Pentru asigurarea siguranței și disponibilității datelor, se utilizează serviciile AWS care garantează disponibilitatea și performanța sistemelor de stocare:

- MySQL prin Amazon RDS
- Memcached și Redis prin Amazon ElastiCache
- Cluster MongoDB via Amazon EC2

De asemenea, pentru recuperarea în caz de avarie sistemele de backup implementate permit un nivel ridicat de recuperare, precum și loguri de cereri.

Pentru creșterea sau diminuarea capacității atunci când volumul cererilor de la utilizatori o impune, serverele sunt structurate în grupuri de scalare folosind Amazon EC2 Auto Scaling Groups, în funcție de serviciul pe care îl deservește.

În plus, pentru anumite evenimente la care traficul evoluează după un model atipic dar predictibil, precum Black Friday, se aplică procedura de pregătire în avans al unui set de servere gata să intre rapid în producție, precum și de pregătire pentru un volum mare de date pentru a nu fi blocat de sistemele de protecție (scalare atât verticală, cât și orizontală).

13.3.3 Arhitectura funcțională

Funcționalitatea arhitecturii se bazează pe principiul dezvoltării interne a componentelor esențiale, cu utilizarea anumitor servicii sau componente externe, acolo unde există produse de calitate disponibile. Câteva dintre acestea sunt:

- Mobilpay, PayPal - pentru încărcarea de bani în platformă
- Amazon S3 stocare și livrare imagini (bannere), Cloudinary prelucrare și livrare imagini
- Mandrill - procesarea de emailuri trimise

Arhitectura bazată pe microservicii asigură o viteză mai mare de dezvoltare de noi componente și de livrare în producție. În același timp această permite actualizări pe anumite servere fără a afecta întreaga infrastructură.

Astfel, au fost separate:

- redirecționarea traficului și atribuirea conversiilor
- interfața programatică (API)
- interfața grafică
- generarea și managementul facturilor
- managementul plăților către afiliați
- funcțiile de moderare realizate de echipa internă.

Pentru a se sincroniza, aceste servicii folosesc fie interfețe programatice (API), fie cozi de mesaje, sau accesul la o bază de date comună.

13.3.4. Asigurarea calității

În ceea ce privește dezvoltarea efectivă de funcționalități noi, procedură care asigură livrarea unui cod de calitate prin:

- standarde înalte și implementarea bunelor practici la nivel de structurare a codului
- dubla verificare a codului
- un set mare de teste ce rulează automat
- verificare manuală înainte de a pune în producție codul
- verificare și monitorizare după ce totul este "live".

Utilizarea a feature branches, testate independent și integrate frecvent, permite agilitate și promptitudine în actualizarea frecventă a platformei și serviciilor.

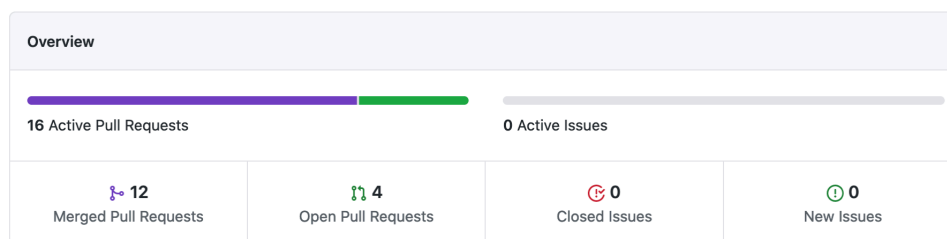
În caz de disfuncționalități, proceduri specifice, facilitează revenirea cât mai rapidă la normal.



Actualizări ale interfeței programatice (API)

August 30, 2020 – September 30, 2020

Period: 1 month



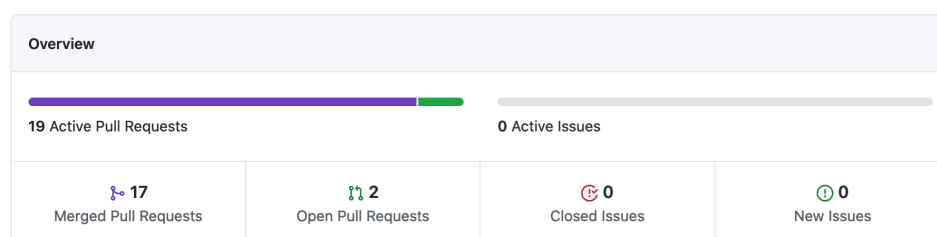
Excluding merges, **5 authors** have pushed **12 commits** to develop and **174 commits** to all branches. On develop, **57 files** have changed and there have been **929 additions** and **369 deletions**.

12 Pull requests merged by 4 people

Actualizări ale interfeței vizuale

August 30, 2020 – September 30, 2020

Period: 1 month



Excluding merges, **2 authors** have pushed **12 commits** to develop and **54 commits** to all branches. On develop, **34 files** have changed and there have been **737 additions** and **201 deletions**.

17 Pull requests merged by 2 people

13.3.5. Funcționalitățile platformei

> (1) pentru advertiseri

2Performant oferă magazinelor acces rapid și sigur la mii de afiliați, printr-o platformă online, cu interfață modernă, și care permite accesul rapid la toate funcțiile disponibile (self-service):

- Vizualizarea unei liste de afiliați ordonați după performanțe și filtrabil în funcție de peste 30 de categorii de interes, contractarea lor și monitorizarea colaborării cu aceștia
- Vizualizarea și managementul conversiilor realizate de afiliați
- Vizualizarea rapidă de statistici pentru perioade predefinite, precum și posibilitatea de vizualizare statistici pentru perioade definite de utilizator, pentru toată perioada de utilizare a contului.
- Generarea automată a unei facturi lunare unice pentru advertiserii postpaid, în care sunt incluse toate costurile, și facilitarea plății rapide a acesteia (PayPal, MobilPay)

Topul afiliaților din 2Performant

Ranking	Affiliate Username	Weekly variation
1 st	M.Catalin	↑ 436.04%
2 nd	ingbazar	↑ 234.32%
3 rd	GabrielNica.ro	↑ 396.48%
4 th	WPDMarketing	↑ 191.77%
5 th	zsoltJegedus	↑ 189.91%
6 th	CataR	↑ 252.20%
7 th	EvoMarketing.ro	↑ 155.40%
8 th	KelcooRomania	↑ 102.22%
9 th	lisnow	↑ 296.27%
10 th	blackfriday.ro	↑ 424.68%
11 th	Picodi_RO	↑ 175.04%
12 th	Mihai Croitoru	↑ 162.87%
13 th	Bonusway.Romania	↑ 212.77%
14 th	EightMarketing	↑ 133.90%
15 th	DragosBunea	↑ 241.20%
16 th	Ionut.B	↑ 532.86%
17 th	DanielSFredel	↑ 328.30%
18 th	Promocodex	↑ 33.20%












- Posibilitatea de alimentare cont în orice moment pentru advertiserii prepaid prin plata cu cardul, dar și alimentare automată a contului la atingerea unui prag prestabilit
- Managementul instrumentelor de promovare oferite afiliaților (bannere și/sau feed-uri de produse în format CSV. Feed-urile pot fi accesate de afiliați în format CSV sau XML)
- Posibilitatea de a adăuga promoții în platformă și de a le asocia cu evenimente speciale, definite de către 2Performant.
- Posibilitatea de a comunica cu afiliații prin intermediul mesageriei interne și de a le trimite acestora newsletter-uri periodice

Feed de produse Answear.ro

PERFORMANT
stayale workfromhome

Tools / Product Feeds / ANSWEAR.ro all products - Add to My Feeds

Filter by > Brand Category Product details Q Search

Product Details	Category	Price
 <p>Diesel - Geaca Diesel - Model cu doua fete. - Incalzitoare detasabila - Fason lejer. - Buzunare incheiate. - In talie snur ... read details</p> <p>Product Page Copy affiliate link</p>	Îmbrăcăminte	2239.0
 <p>Strellson - Geaca din piele intoarsa - Strellson - Model neizolat cu captureala. - Fason drept. - Incheiere cu fermoar. - Buzunare incheiate. - Buzun ... read details</p> <p>Product Page Copy affiliate link</p>	Îmbrăcăminte	2199.0
 <p>Sportmax Code - Palton - Sportmax Code Dimensiunile disponibile sunt cele ale producatorului Italian, raportate la dimensiunile europene stan ... read details</p> <p>Product Page Copy affiliate link</p>	Îmbrăcăminte	2199.0
 <p>Love Moschino - Palton - Love Moschino Dimensiunile disponibile sunt cele ale producatorului Italian, raportate la dimensiunile europene stan ... read details</p> <p>Product Page Copy affiliate link</p>	Îmbrăcăminte	2199.0
 <p>Stuart Weitzman - Ghete de piele Talina - Stuart Weitzman - Incheiere cu fermoar. - Cutie rotunda, intarita. - Talpa stabila. - Spatele calcaiului rigidizat. ... read details</p> <p>Product Page Copy affiliate link</p>	Încălțăminte	2199.0
 <p>Stuart Weitzman - Ghete de piele Talina - Stuart Weitzman - Incheiere cu fermoar. - Cutie rotunda, intarita. - Talpa stabila. - Spatele calcaiului rigidizat. ... read details</p> <p>Product Page Copy affiliate link</p>	Încălțăminte	2199.0
 <p>Stuart Weitzman - Ghete de piele Talina - Stuart Weitzman - Incheiere cu fermoar. - Cutie rotunda, intarita. - Talpa stabila. - Spatele calcaiului rigidizat. ... read details</p> <p>Product Page Copy affiliate link</p>	Încălțăminte	2199.0
 <p>Stuart Weitzman - Cizme de piele LUCINDA - Stuart Weitzman - Varf rigidizat. - Gulerul gambei usor rigidizat. - Interior din piele. - Model pe toc gros. - inal ... read details</p> <p>Product Page Copy affiliate link</p>	Încălțăminte	2199.0
 <p>Stuart Weitzman - Cizme de piele LUCINDA - Stuart Weitzman - Varf rigidizat. - Gulerul gambei usor rigidizat. - Interior din piele. - Model pe toc gros. - inal ... read details</p> <p>Product Page Copy affiliate link</p>	Încălțăminte	2199.0
 <p>Diesel - Geaca de piele Diesel - La subbrat orificii de ventilare. - Fason drept. - Buzunare incheiate. - in interior buzunare supl ... read details</p> <p>Product Page Copy affiliate link</p>	Îmbrăcăminte	2199.0
 <p>Peak Performance - Geaca de puf Peak Performance - Fason drept. - Maneca in raglan. - Buzunare oblice exterioare. - Model izolat cu captureala. - Glu ... read details</p> <p>Product Page</p>	Îmbrăcăminte	2099.0

> (2) pentru afiliați

Pentru marketeri, 2Performant oferă acces la toți clienții platformei (peste 600 de magazine), cu care pot iniția colaborarea și cu care pot lucra în regim propriu, decidând cât timp și resurse investesc și cum își structurează activitatea. Colaborarea este facilitată de platforma online care permite vizualizarea facilă, în timp real, a situației colaborărilor, comisioanelor generate, a plăților, cu interfață modernă, și care permite accesul rapid la toate funcțiile disponibile (self-service):

- Vizualizarea unei liste de advertiseri, împărțiți pe categorii, care conține informații despre performanța programelor de afiliere
- Vizualizarea comisioanelor înregistrate în programele de afiliere pe care le promovează
- Vizualizarea rapidă de statistici pentru perioade predefinite, precum și posibilitatea de vizualizare statistici pentru perioade definite de utilizator, pentru toată perioada de utilizare a contului.
- Posibilitatea ușoară de retragere a banilor, iar pentru cei care operează ca entitate juridică, posibilitatea de încărcare a facturilor
- Contract unic, digital (ToS) cu 2Performant
- Accesul la mai multe unelte de promovare precum bannere, feeduri de produse în format CSV sau XML, generatoare de linkuri, Link2 (plugin de transformare a linkurilor dintr-o pagina web în linkuri de afiliere)
- Posibilitatea de a vedea ultimele promoții interne oferite de programele de afiliere.
- Posibilitatea de a comunica cu programele de afiliere prin sistemul de mesagerie internă.

Topul advertiserilor din 2Performant

PERFORMANT

Advertiser ranking
The ranking is based on the total amount of noncompleted commissions in the last 90 days.

Filter by: All Programs, Invited, Approved, Not Applied, Pending, Banned

Advertiser	Partner	Commission	Cookie life	Tests	Status
OSUSOR	OSUSOR	Default commission • 5% side commission	Cookie life 30 days	Tests - Banners (23) - Product feeds (3)	Approved
OSUSOR	OSUSOR	Default commission • 5% side commission	Cookie life 30 days	Tests - Banners (23) - Product feeds (3)	Approved
OSUSOR	OSUSOR	Default commission • 5% side commission	Cookie life 30 days	Tests - Banners (23) - Product feeds (3)	Approved
OSUSOR	OSUSOR	Default commission • 5% side commission	Cookie life 30 days	Tests - Banners (23) - Product feeds (3)	Approved
OSUSOR	OSUSOR	Default commission • 5% side commission	Cookie life 30 days	Tests - Banners (23) - Product feeds (3)	Approved
OSUSOR	OSUSOR	Default commission • 5% side commission	Cookie life 30 days	Tests - Banners (23) - Product feeds (3)	Approved
OSUSOR	OSUSOR	Default commission • 5% side commission	Cookie life 30 days	Tests - Banners (23) - Product feeds (3)	Approved
OSUSOR	OSUSOR	Default commission • 5% side commission	Cookie life 30 days	Tests - Banners (23) - Product feeds (3)	Approved
OSUSOR	OSUSOR	Default commission • 5% side commission	Cookie life 30 days	Tests - Banners (23) - Product feeds (3)	Approved
OSUSOR	OSUSOR	Default commission • 5% side commission	Cookie life 30 days	Tests - Banners (23) - Product feeds (3)	Approved
OSUSOR	OSUSOR	Default commission • 5% side commission	Cookie life 30 days	Tests - Banners (23) - Product feeds (3)	Approved
OSUSOR	OSUSOR	Default commission • 5% side commission	Cookie life 30 days	Tests - Banners (23) - Product feeds (3)	Approved
OSUSOR	OSUSOR	Default commission • 5% side commission	Cookie life 30 days	Tests - Banners (23) - Product feeds (3)	Approved
OSUSOR	OSUSOR	Default commission • 5% side commission	Cookie life 30 days	Tests - Banners (23) - Product feeds (3)	Approved
OSUSOR	OSUSOR	Default commission • 5% side commission	Cookie life 30 days	Tests - Banners (23) - Product feeds (3)	Approved
OSUSOR	OSUSOR	Default commission • 5% side commission	Cookie life 30 days	Tests - Banners (23) - Product feeds (3)	Approved

> (3) Influencer marketing

Secțiunea de Influencer Marketing, lansată în urmă cu aproximativ doi ani, vine în completarea marketingului afiliat și a fost dezvoltată peste infrastructura curentă de utilizatori, contractare și plăți. Prin soluția oferită, advertiserii pot crea campanii de influencer marketing (pot stabili bugetul, brief-ul) și pot atrage astfel cei mai potriviți influenceri din platformă. Influencerii pot vedea campaniile și pot aplica, iar advertiserii vizualizează lista de influenceri și îi pot invita în campanie pe cei pe care îi consideră cei mai potriviți.

Astfel, pe de-o parte, secțiunea le permite advertiserilor să colaboreze cu aproximativ 650 de influenceri cu audiențe din diverse categorii și de diferite dimensiuni, în timp ce, pe de altă parte, le dă influencerilor acces ușor la campanii.

Lista influencerilor din 2Performant

	Influencer info	Estimated fee	Influencer channels	
1st	Andra Gogan Lifestyle	€1,800	Andra Gogan View 4 more >	5.09 M followers Updated last year View profile
2nd	Valentin Bosioc Lifestyle	€700	Valentin Bosioc View 4 more >	3.05 M fans Updated last year View profile
3rd	Andreea Balan Beauty	€1,200	Andreea Balan View 2 more >	2.5 M likes Updated last year View profile
4th	Oana Igrētu Food & Beverages	€1,000	Savori Urbane RETETE CU... View 2 more >	2.5 M visitors Updated in February View profile
5th	Florentin Hriscu Lifestyle	€1,500	Florentin Hriscu View 2 more >	1.32 M subscribers Updated in the last 7 days View profile
6th	Bogdan IBMFamily Entertainment	€2,000	Bogdan IBMFamily	1.3 M subscribers Updated in the last 7 days View profile
7th	Laura Laurentiu Lifestyle	€650	Retete cu Laura Laurentiu... View 3 more >	1.3 M visitors Updated in January View profile
8th	Zoso Lifestyle	€900	Zoso Blog View 1 more >	1.1 M visitors Updated in July View profile
9th	Snik Sports	€600	SNIK View 1 more >	1.05 M subscribers Updated in the last 7 days View profile
10th	Alex Cozma (Atenție, cad mere) Education	€1,500	Atentie, Cad Mere! View 1 more >	995 k subscribers Updated in the last 7 days View profile
11th	Bogdan Hriscu Lifestyle	€1,500	Bogdan Hriscu View 2 more >	952 k subscribers Updated in the last 7 days View profile
12th	Antonio Pican Entertainment	€600	Antonio Pican View 1 more >	937 k subscribers Updated in the last 7 days View profile
13th	Alex Alvarez Lifestyle	€1,600	Alex Alvarez View 2 more >	920 k subscribers Updated in the last 7 days View profile
14th	Alex Montrey Automotive	€800	Alex Montrey View 1 more >	783 k subscribers Updated in the last 7 days View profile
15th	Adrian Niculescu - Speaker Motivational Education	€900	Adrian Niculescu - Speake... View 1 more >	703 k fans Updated last year View profile
16th	Eugen Anghel Technology	€800	Orange Blue View 1 more >	612 k subscribers Updated in the last 7 days View profile
17th	Laura Adamache Lifestyle	€500	Laura Adamache - retete c... View 2 more >	600 k visitors Updated in January View profile
18th	Miruna Ioani Kids	€750	Miruna Ioani View 1 more >	599 k visitors Updated in April View profile
19th	Zappy TV Gaming	€1,000	Zappy TV View 1 more >	591 k subscribers Updated in the last 7 days View profile
20th	Marius Catalin Entertainment	€1,000	Marius Catalin View 2 more >	548 k subscribers Updated in the last 7 days View profile

Funcțiile platformei pentru advertiseri le includ și pe cele deja cunoscute din afiliere precum sistemul de facturare și sistemul de raportare al campaniilor, precum și accesul la profilele influencerilor pentru a ajuta în procesul de recrutare

Creatorii de conținut își pot construi un profil detaliat, cu informații despre canalele de social media ale acestora, cât și împărțirea audienței pe vârstă, țări sau orașe. De asemenea și aceștia beneficiază de avantajele sistemelor de plată.

13.4 Beneficiile utilizatorilor 2Performant derivate din funcționalitățile platformei și modelul de business

13.4.1. Marketing afiliat

- Beneficii pentru advertiserii care derulează programe de marketing afiliat în 2Performant:
 - Echipă extinsă de marketing și vânzări și acces direct la mii de specialiști în marketing online, bloggeri, publisheri și programatori care știu să genereze vânzări online cu plata la rezultat.
 - Eficiență: promovare plătită doar pentru vânzările obținute. Cu un randament al investiției de aproximativ 1500%, afilierea este probabil cea mai eficientă metodă de promovare.
 - Riscuri și bariere de intrare minime: majoritatea costurilor sunt legate de și direct proporționale cu vânzările. De aceea se spune că în afiliere cel mai mare risc pentru un advertiser e să aibă o factură prea mică.

Listarea vânzărilor pentru un magazin online în 2Performant

PERFORMANT
staysafe workfromhome

Online shop: 2 notices

Black Friday 2020 is here! Add your promotions to the Shopping Event for everyone to see them! This way, new affiliates can easily discover you.

€ Sales

Filter by: All Time | Status | All Users | Export

Affiliate	Type	Commission	Sale	Reference ID	Date	Status	Actions
Ion Popescu		€28.69	€408.54	2314	18 th of Nov 2020	Accepted Paid	-Details ✓ ✕
Sale details Commission ID: 4043448 Amount: 1999.0RON Commission Amount: 139.32RON Description: Masina spalat Date & Time: 18 th of Nov 2020 16:51 Reason: Not Available Client's IP: 125.96.0.0				Click details Client's IP: 192.168.0.0 Referrer: https://www.google.com/ Redirect: https://online-shop.ro Device type: Mobile Date & Time: 15 th of Nov 2020 12:47 Tool: Quicklink			
larisapopescu1		€21.84	€348.12	2313	18 th of Nov 2020	Pending	+Details ✓ ✕
ppcmaster		€2.73	€32.81	2312	17 th of Nov 2020	Accepted Paid	+Details ✓ ✕
ppcmaster		€12.73	€235.64	2311	17 th of Nov 2020	Accepted Paid	+Details ✓ ✕
Ion Popescu		€0.65	€19.32	2310	17 th of Nov 2020	Rejected	+Details ✓ ✕
Ion Popescu		€3.57	€41.28	2309	17 th of Nov 2020	Accepted Paid	+Details ✓ ✕
ppcmaster		€8.12	€102.35	2308	17 th of Nov 2020	Accepted Paid	+Details ✓ ✕
larisapopescu1		€25.12	€435.23	2307	17 th of Nov 2020	Accepted Paid	+Details ✓ ✕
ppcmaster		€6.23	€102.31	2306	17 th of Nov 2020	Accepted Paid	+Details ✓ ✕
larisapopescu1		€23.16	€161.93	2305	17 th of Nov 2020	Accepted Paid	+Details ✓ ✕
Ion Popescu		€0.22	€5.12	2304	16 th of Nov 2020	Pending	+Details ✓ ✕

- Comisiunile sunt plătite afiliatilor după ce vânzarea a fost finalizată și magazinul a încasat banii.
- Control și autonomie în stabilirea condițiilor de colaborare cu afiliații, în alegerea instrumentelor de promovare, selectarea afiliaților și stabilirea bugetului.
- Ușurința în derularea unei campanii din punct de vedere legal și contabil: un singur contract semnat, o singură factură plătită indiferent de numărul de afiliați cu care un brand colaborează.
- Comunicare directă cu afiliații prin mesageria internă
- Support tehnic și consultanță din partea echipei 2Performant
- Abonamente adaptate nevoilor advertiserilor în ce privește nivelul de suport și costul.
- Statistici în timp real

➤ Beneficii pentru afiliați:

- Acces la o ofertă largă de branduri și companii, prin programele de afiliere din platformă (peste 600)
- Flexibilitate și control cu privire la programele de afiliere în care se implică, timpul alocat activității de afiliere, locul și programul de lucru
- Câștiguri direct proporționale cu performanțele obținute și transparență cu privire la acestea
- Ușurință și siguranță în colaborarea cu brandurile din punct de vedere al contractării și încasărilor: un singur contract semnat cu 2Performant, plată săptămânală
- Comunicare directă cu brandurile și companiile
- Statistici în timp real

Programul de afiliere Elefant.ro în 2Performant

elefant.ro
 Post-paid program in Books Movies & Music since 10th of Dec 2010 live at elefant.ro Selling in RO
 Accepts: Paid social media. Does not accept: Google PPC

AFFILIATE PROGRAM UPTIME
 Current status: Active
 90 days ago

RANKING - BOOKS MOVIES & MUSIC 1	RANKING - GENERAL 1	APPROVAL RATE - NUMBER 98% Category Average: 90%	APPROVAL RATE - AMOUNT 98% Category Average: 90%
HEALTH 🟢	DOWNTIME 0.0% in the last 180 days	OLDEST PENDING COMMISSION 38 days ago Category Average: 22 days	TIME TO PAYMENT 55 days average in the last 6 months

About this affiliate program
 Elefant.ro este unul dintre cele mai cunoscute magazine online cu peste un milion și jumătate de comenzi livrate până în prezent. Lansat în 2010 ca un retailer de carte, elefant.ro este acum un magazin universal ce comercializează 11 categorii de produse, fiecare cu o poziționare distinctă.

Categoriile de produse disponibile pe elefant.ro sunt: Cărți în limba română, Carte stăină, Ceasuri & Bijuterii, Parfumuri, Cosmetice, Jucării, Copii & Bebe, Electro, Home&Deco, Genți & Accesorii, Ochelari de soare, Nutriție.

Publicul elefant.ro este format preponderent din femei cu vârsta cuprinsă între 25 și 44 de ani.

Începând cu data de 12 februarie 2020, cookie life va fi de 10 zile.

Cum puteți promova produsele noastre?
 - prin Facebook: puteți folosi acest canal de promovare doar prin postări organice. Singura observație este că toate întrebările care pot apărea de la clienții noștri în comentarii să fie direcționate către adresa de e-mail: contact@elefant.ro. (întrebări despre comenzi, livrarea produselor, etc.)
 - folosind articole cu recomandări ale produselor disponibile pe elefant.ro
 - prin campanii clasice de display ads
 - pe site-uri care centralizează oferte sau site-uri de cashback

Beneficiile programului de afiliere elefant.ro:
 - comision unic de 7%
 - aveți suport dedicat din partea affiliate manager-ului elefant.ro
 - rată de conversie peste media pieței și rată de retur foarte mică
 - procent ridicat de aprobare a comisiunilor
 - puteți alege dintr-o selecție variată de instrumente de promovare permanent actualizate
 - primiți săptămânal informații despre lansările de campanii
 - sunteți acceptat automat în programul nostru de afiliere, deci veți începe să câștigați bani imediat
 - oferim extra-bonusuri în funcție de performanțe și organizăm frecvent competiții în care aveți șansa să obțineți câștiguri în plus

Restricții:
 - elefant.ro nu permite promovarea produselor sale prin Google Adwords sau reclame Facebook. În perioada 11-22 Noiembrie 2020 este permisă promovarea indirectă folosind metoda PPC (adică puteți promova propriile site-uri ce au link-uri de afiliere către elefant.ro, folosind metoda PPC). După această perioadă, metodele de promovare indirectă nu mai sunt acceptate.
 - pentru organizarea de concursuri sau competiții de Facebook orientate către elefant.ro sau care folosesc branding-ul elefant.ro, vă rugăm să ne contactați anterior.
 - pentru a organiza campanii de e-mail marketing, trebuie să primiți acordul nostru în scris
 - nu permitem folosirea materialelor vizuale puse la dispoziție în platformă sau găsite în afara platformei, altfel decât pentru promovarea campaniilor elefant.ro

Afiliați care nu respectă restricțiile mai sus enunțate riscă excluderea din campanie și anularea comisiunilor obținute prin mijloace nepermise.

Orice întrebare sau nelămurire este clarificată prin intermediul mesageriei interne din 2Performant, în maximum 24 de ore.

13.4.2. Influencer marketing

➤ Beneficiile pentru advertiserii care derulează programe de influencer marketing prin 2Performant includ:

- Ușurința în derularea unei campanii de influencer marketing, din punct de vedere legal și contabil: semnează un singur contract și plătesc o singură factură, indiferent de numărul de influenceri cu care lucrează într-o campanie. În plus, acesta este un sistem similar cu un aranjament de tip Escrow¹ de care beneficiază ambele părți - banii sunt plătiți către 2Performant și ajung la influencer.
- Experiența de utilizare plăcută și management al campaniei complet digitalizat

Profilul influencerului Andra Gogan în 2Performant

Andra Gogan
 @andragogan

About
 Andra Gogan este cea mai cunoscută personalitate din România, cu peste 8.000.000 de urmăritori în total pe toate platformele de Social Media, susținută în acest timp în cadrul 3-er România pe platforma TVR, cea mai cunoscută platformă de către adolescenți, copii, dar mai nou și de către clienți.

Ca o titlă în cartea recordurilor de 2019 a dată pentru cel mai lung concert susținut din un copil, iar a 2-a care pentru cele mai multe albume pentru copii lansate de copii (carturi de franceză etc.)

Cu un caracter family-friendly și cu o experiență vastă în relaționarea cu publicul, Andra este una dintre cele mai potrivite persoane pentru promovarea/finanțarea unui produs sau a unei campanii atât în România, cât și la nivel internațional, având următorii din altele țări:

Andra are o serie de colaborări la activ, majoritatea deșinând impactul pe care ne așteptăm înținat să îl aibă. O mare parte dintre clienții cu care am colaborat în cea de-a 2-a sau a 3-a campanie în 2Performant sunt PT's din țările:

Audience

Gender Distribution: 98% Female, 2% Male

Age Distribution: 13-17 years (20%), 18-24 years (50%), 25-34 years (20%), 35-44 years (10%)

Country Distribution: Romania (75%), United States (15%), United Kingdom (5%), Mexico (3%), Russia (1%)

¹ Escrow – sistem de plăți în care un terț intermediază transferul de fonduri între părțile implicate în tranzacție. Acesta reține suma într-un cont propriu până la îndeplinirea condițiilor de către beneficiar, așa cum au fost convenite contractual între părți.

- Accesul la o mare varietate de influenceri, despre care există date (demografice, de reach) în platformă: peste 600 de profiluri verificate. Aceștia creează conținut și au urmăritori pe cele mai folosite platforme sociale din România: Instagram, Bloguri, Facebook, Youtube, TikTok.
- Support tehnic și consultanță din partea echipei 2Performant, la care se adaugă, la cerere, servicii suplimentare pentru dezvoltarea unei campanii de succes.
- Abonamente adaptate nevoilor advertiserilor în ce privește nivelul de suport și costul.
- Acces la rapoarte în cadrul platformei.

➤ Beneficiile pentru influenceri includ:

- Cel mai simplu mod de a colabora cu brandurile, cu un minim de efort. Aceștia văd campaniile disponibile în platformă și pot aplica. De asemenea, aceștia pot fi invitați de advertiseri în campanii.
- Flexibilitate și control cu privire la campaniile în care se implică, timpul alocat activității de afiliere, locul și programul de lucru
- Zero comisioane - influencerii primesc sumele negociate cu advertiserii pentru fiecare campanie în parte.
- Rapiditate în primirea plăților - majoritatea campaniilor din platformă sunt prepay, astfel încât pot încasa banii imediat ce advertiserul acceptă livrabilele.
- Comunicare directă cu brandurile și companiile advertiseri

Campania de influencer marketing Bolf.ro

PERFORMANT
#staysafe #workfromhome


Affiliate marketing

- Dashboard
- Black Friday
- Advertiser ranking
- Affiliate ranking
- Commissions
- Statistics
- Tools
- Promotions
- Settings
- Influencer marketing
- All campaigns
- Influencer listing
- Agencies
- My collaborations

General

- Payments
- Messages
- Support

🔗 ✉ 🔔 👤 2



BOLF

#StoryDressing
by bolf.ro

Ongoing campaign

Fashion

Romania

Romanian

Apply to campaign

📄 Campaign brief

Despre brand și campanie:
Bolf este un brand cu vechime în vânzarea de haine pentru bărbați și femei, și s-a dezvoltat în aceeași dinamică cu cea a standardelor comerțului online. Magazinul online a fost lansat în 2010, iar experiența acumulată în această perioadă ne spune că am îndeplinit cu succes așteptările clienților noștri.

Scopul nostru este să urmărim cele mai noi tendințe din lumea model și să oferim clienților noștri haine originale și stiluri interesante la prețuri accesibile. Munca și succesul nostru au înflorit în crearea propriului nostru brand de îmbrăcăminte pentru bărbați - BOLF, care a cunoscut o mare recunoaștere și interes.

Bolf - marca noastră și magazinul online - a fost onorat cu distincția Polish Consumer Laurel și a devenit «Discovery of the Year 2012» în Polonia în categoria Moda bărbătească. Este unul dintre cele mai înalte certificate și premii decernate în Polonia de către specialiștii în comerțul electronic și mass-media.

În prezent, magazinul nostru online este ocupă cel de-al doilea loc în vânzarea de haine pentru bărbați pe internetul polonez.

Fiecare persoană are propriul stil vestimentar în funcție de experiențele sale, de povestea sa și de personajul pe care dorește să-l proiecteze în exterior; și știm că hainele Bolf se potrivesc unui număr imens de persoane, după cum se asortază cu poveștile lor, la prețuri accesibile.

Bolf îți propune să scrii povestea stilului urban în funcție de hainele din oferta de iarnă, prin continuarea unei propoziții. Povestea va fi de minim 5 paragrafe și va conține un minim de 3 produse din oferta Bolf (vezi Cerințele campaniei).

Obiectivele și Cerințele campaniei:

- creșterea numărului de urmăritori ai contului de instagram @bolf.ro
- creșterea vizibilității brandului Bolf în rândul consumatorilor
- creșterea vizibilității magazinului online bolf.ro

Bolf îți propune să scrii povestea stilului urban în funcție de hainele din oferta de iarnă. Continuă fraza de mai jos și spune o poveste în care să introduci minim 3 produse de îmbrăcăminte din oferta de iarnă Bolf. Menționează în poveste dacă personajul este bărbat sau femeie, cum folosește cele 3 articole vestimentare, și unde are loc acțiunea.

În rest, lasă inspirația să spună povestea stilului Bolf, iar fraza de la care pornești este: "Era dimineață. Câteva raze de soare se strecurau printre draperii, însă vremea care se anunța era mai degrabă friguroasă. S-a ridicat grăbit din pat și s-a îndreptat către dulap, gata de o nouă zi".

Produse targetate:
nouăți: [link](#)
oare: [link](#)

€ 150

Collaboration fee


ⓘ This is the amount you will be paid if you will work on this campaign. You can negotiate the fee with the advertiser.

📅 Campaign duration

Start date
18.11.2020

↓

Deadline
23.11.2020



How to start your collaborations

- Apply to this campaign
- Send the advertiser a message first if you have any questions
- Negotiate a fair fee that's good for both of you
- Communicate to get the job done



13.5. Piața țintă. Evoluție, previziuni

13.5.1. Piața marketingului afiliat

În conformitate cu tendințele la nivel global și european, comerțul de retail din România se aliniază exigențelor de eficiență și viteză ale populației, prin digitalizare.

Marketingul afiliat este rezultatul acestor tendințe, fiind corelat în mod direct cu domenii precum Marketing, respectiv marketing digital, și e-commerce. Acest mecanism de promovare a cunoscut un trend ascendent în ultimii 10 ani, 2Performant reprezentând unul dintre liderii procesului de expansiune pe piețele din România și Bulgaria.

În ce privește evoluția marketingului afiliat la nivel global, se observă o creștere anuală de 10,1% a cheltuielilor cu promovarea prin marketing afiliat. Pentru anul 2020 se estimează o valoare în mărimi absolute de 6,8 miliarde de Dolari.²

Evoluția comerțului online la nivel global, conform unui raport eMarketer³, conturează o tendință ascendentă în ultimii ani, înregistrând o creștere anuală de 28% în 2017, 22,9% în 2018 și, respectiv, de 20,7% în anul 2019. În acest context, este estimată o creștere a comerțului derulat în mediul online pentru perioada următoare care va atinge, în intervalul 2021-2022, pragul de 18% din valoarea totală a vânzărilor realizate de companii, totalizând la nivel global valoarea de 5 trilioane de Dolari. Aceeași sursă previzionează pentru anul 2020 o valoare cumulativă a vânzărilor generate de comerțul online de 3,914 trilioane de Dolari.⁴

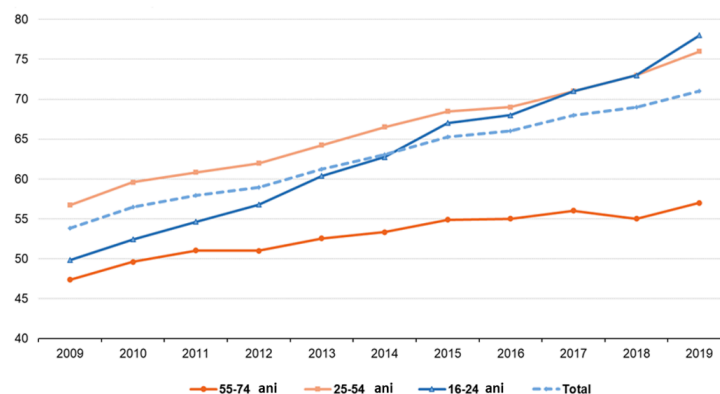
Conform European Ecommerce Report aferent anului 2019⁵, în regiunea Europei de Est gradul de utilizare a internetului pentru comerțul online a fost de 71%, utilizatorii cheltuind în medie 276 Euro în achiziții online, iar bugetul alocat pentru achiziții online s-a majorat cu 5% față de anul anterior.

Același raport evidențiază și pentru România principalele date care descriu evoluția e-commerce-ului în anul 2019, respectiv un grad de penetrare a internetului de 74%, o proporție a cumpărătorilor online de 27% și o rată de creștere a vânzărilor de 30%.

În România și CEE, ponderea e-commerce-ului în total retail este încă sub 10% (România 7-8%) raportat la Vestul Europei unde este peste 15% (în Marea Britanie 22,3% în 2019) conform eMarketer⁶. Totodată, potrivit Eurostat, doar 23% din populația României a făcut cumpărături online în 2019, ceea ce situează țara noastră pe penultimul loc în Uniunea Europeană. În acest context, încă dinainte de accelerarea comerțului online generată de pandemie, creșterea anuală a e-commerce-ului în România putea fi estimată la 20-30% în următorii cinci ani. În consecință, România prezintă un potențial de creștere anuală însemnată pentru piața de afiliere în perioada următoare.

La nivel european, ponderea utilizatorilor de internet care realizează tranzacții comerciale online crește semnificativ de la an la an, indiferent de caracteristicile demografice.

Ponderea utilizatorilor de internet din statele UE care au achiziționat bunuri sau servicii pentru consum individual în ultimele 12 luni, pe grupe de vârstă, 2009-2019



Sursa: Eurostat (isoc_ec_ibuy)

² <https://www.bigcommerce.com/blog/affiliate-marketing/#what-is-affiliate-marketing>

³ <https://www.emarketer.com/content/global-e-commerce-2019>

⁴ <https://www.emarketer.com/content/global-e-commerce-2020>

⁵ https://www.ecommerce-europe.eu/wp-content/uploads/2019/07/European_Ecommerce_report_2019_freeFinal-version.pdf

⁶ <https://www.emarketer.com/content/uk-e-commerce-2019>



Conform unui raport GPeC⁷, piața de e-commerce din România a ajuns la 4,3 miliarde de euro la finele anului 2019, marcând o creștere cu 20% față de 2018. Pentru anul 2020, estimările gravitează în jurul cifrei de 5-6 miliarde de euro. Această creștere este justificată atât de accelerarea comerțului online și a tehnologizării în rândul business-urilor, generată de pandemia de COVID-19 la nivel global, cât și de ecartul pe care piața din România îl înregistrează față de piețele din Vestul Europei și de Statele Unite ale Americii.

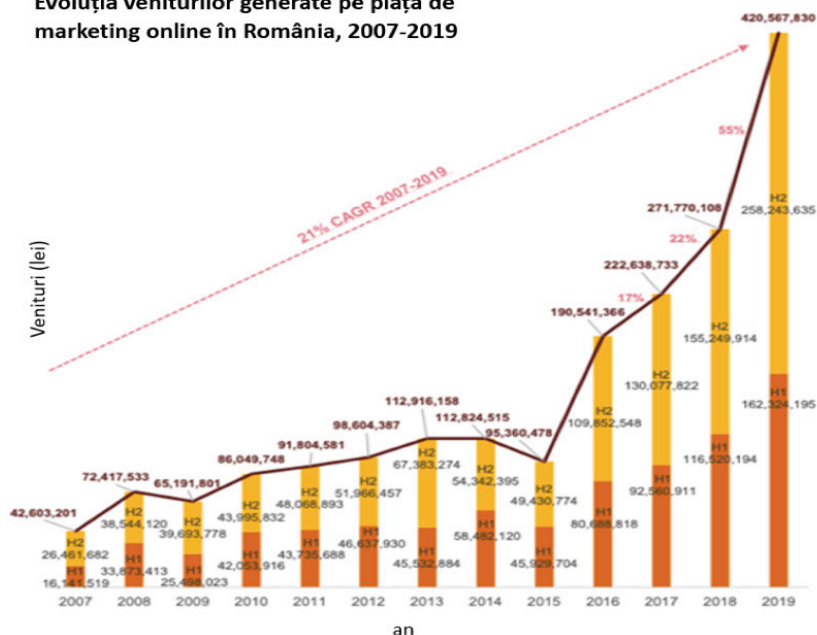
În ceea ce privește piața marketingului digital, aceasta se subsumează evoluției tehnologiei care asigură operaționalizarea activităților afacerilor, intrând într-o plină expansiune atât la nivel internațional, cât și la nivel local.

La nivel european, valoarea pieței de publicitate online a depășit valoarea publicității TV încă din 2016 și este în continuă creștere, conform IAB Europe. În Statele Unite, publicitatea online a depășit publicitatea TV la nivel de bugete în 2019 și este așteptat ca advertisingul online să depășească două treimi din totalul cheltuielilor media pe această piață.

Conform unui studiu realizat de MTH Digital⁸, anul 2020, având asociat contextul epidemiologic, conduce la o intensificare cu 40% a investițiilor realizate în digital marketing de către magazinele online din România. Astfel, marketingul digital își adjudecă poziția dominantă în bugetele de promovare pentru e-commerce ale companiilor în ultima perioadă.

Un alt studiu, Romanian Online Advertising Study 2019, realizat de Interactive Advertising Bureau România și PwC⁹, evaluează din punct de vedere valoric expansiunea pieței de publicitate online în România, aceasta depășind cifra de 80 de milioane de Euro în 2019. Urmărind retrospectiv trendul evolutiv, se observă o creștere de zece ori față de anul 2007, care marchează faza incipientă a promovării prin digitalizare în România.

Evoluția veniturilor generate pe piața de marketing online în România, 2007-2019



⁷ <https://www.gpec.ro/blog/raport-gpec-e-commerce-romania-2019>

⁸ <https://www.startupcafe.ro/marketing/magazin-online-google-facebook.htm>

⁹ <https://www.paginamedia.ro/2020/07/piata-publicitate-online-2019-80-mil-euro/>



13.5.2 Fenomenul de freelancing

Dintr-o perspectivă de ansamblu, marketingul afiliat este o formă de manifestare a fenomenului de gig economy (freelancing), aflat în plină creștere la nivel mondial, asigurând prin tehnologie colaborarea la distanță între branduri și profesioniști în marketing.

Conform cifrelor internaționale, freelancerii¹⁰ reprezentau 35% din forța de muncă a Statelor Unite ale Americii¹¹, iar previziunile conturează o perspectivă optimistă în acest sens, estimând o creștere a acestei proporții la 50% până în anul 2027¹².

La nivel european, potrivit European Forum of Independent Professionals, în 2015 existau 9,6 milioane de freelanceri, în creștere cu 24% față de anul 2008, iar pe plan național, numărul freelancerilor a crescut de 4 ori în aceeași perioadă.¹³

O pondere semnificativă a utilizatorilor 2Performant din rândul afiliaților și influencerilor o reprezintă freelancerii. Aceștia lucrează pe cont propriu integral sau parțial, caz în care își completează veniturile prin activitatea de afiliere respectiv de influencer marketing.

13.5.3 Piața de influencer marketing

La rândul său, piața de influencer marketing din Europa este în plină ascensiune. Experții estimează că această piață va atinge pragul de 2 miliarde de euro în 2020 (8 miliarde la nivel global) și că se va dubla în fiecare an.

Această creștere este susținută din două direcții fundamentale: pe de-o parte, de agențiile tradiționale de marketing care urmăresc dezvoltarea acestui segment, iar pe de altă parte, de soluțiile tehnologice multiple care asigură optimizarea proceselor de promovare.

Complexitatea și dinamica din această piață solicită în permanență deținerea de informații actuale, motiv pentru care pot dezvolta un avantaj competitiv acele entități care eficientizează cadrul tehnologic necesar pentru colectarea, prelucrarea și actualizarea unui volum semnificativ de date în timp util. Acest avantaj este integral valorificat de către 2Performant prin operarea propriei tehnologii, supuse în mod constant operațiunilor de îmbunătățire, astfel încât să poată susține creșterea societății pe termen mediu și lung.

La nivel local, piața de influencer marketing a fost dezvoltată de agențiile de marketing și comunicare, în special de cele de relații publice (PR) care lucrează pentru branduri internaționale și care gestionează campanii de comunicare pentru clienții lor, inclusiv campanii cu influenceri.

În ultimii ani, s-au conturat tot mai multe comunități de influenceri în România. Totodată, au apărut mai multe platforme de martech care intermediază colaborări între branduri și influenceri precum Mocapp și Global Talent United. Acestea oferă servicii de Discovery (acces la influenceri), Colaborare și Raportare/ Analiză. Interacțiunea pe scară tot mai largă dintre marile companii și influenceri demonstrează potențialul de creștere și al acestui tip de produs.

13.6 Strategia de marketing și promovare

2Performant derulează în mod constant campanii cu rolul de creștere a bazei de utilizatori, de activare și de retenție a acestora: advertiseri, afiliați și influenceri.

Admiterea la tranzacționare a acțiunilor 2Performant este intenționată a fi valorificată ca instrument strategic pentru fidelizarea utilizatorilor actuali, care pot deveni astfel acționari ai societății. Totodată, admiterea la tranzacționare a acțiunilor societății la Bursa de Valori București va conduce la o creștere a vizibilității și a încrederii în 2Performant și în produsele sale, ceea ce are potențialul de a atrage utilizatori noi.

Ca lider al pieței de marketing afiliat din România, 2Performant și-a asumat rolul de formator în acest domeniu. Încă de la început, 2Performant a investit în educație și dezvoltarea de comunități în jurul marketingului afiliat pentru a dezvolta comunitatea de utilizatori și pentru a ajuta această comunitate să își maximizeze beneficiile din marketing afiliat.

Dorin Boerescu, CEO-ul societății, este unul dintre cei mai importanți promotori ai acestui domeniu, fiind invitat ca speaker și trainer la zeci de evenimente de marketing și e-commerce din România, Polonia, Marea Britanie, Bulgaria, Croația.

¹⁰ Freelancer – profesionist care desfășoară o profesie independent, pe cont propriu, pentru mai mulți beneficiari, fără un angajament pe termen lung în raport cu un angajator.

¹¹ <https://www.upwork.com/press/2019/10/03/freelancing-in-america-2019/>

¹² <https://www.morganstanley.com/ideas/freelance-economy>

¹³ <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/EDN-20190430-1>



Cursul „Cum să câștigi bani ca afiliat 2Performant” lansat pe udey.com de acesta pentru a ajuta cât mai mulți români să dobândească abilități digitale, are peste 1.500 de studenți înscriși și este un best-seller în categoria marketing, cu un rating mediu de 4.8 din 5.

Grupul de Facebook „Primii Pași în Afiliere”, ajuns la 4.200 de membri, a devenit o adevărată comunitate a celor pasionați de afiliere, pentru care 2Performant oferă conținut de calitate și sprijin în mod constant.

În plus, societatea organizează periodic evenimente online și offline dedicate utilizatorilor - advertiseri, afiliați, influenceri. Spre exemplu, societatea organizează constant serii de live-uri cu invitați de referință din domeniile e-commerce, marketing afiliat și influencer marketing pe pagina sa de Facebook și în comunitatea „Primii Pași în Afiliere”.

Tot ca o inițiativă de responsabilitate socială cu aceeași motivație morală de fond descrisă anterior, 2Performant este unul dintre inițiatorii proiectului cu impact social „Ajutor Spitale”. Acesta a avut ca obiectiv conectarea directă a mediului de afaceri – și, implicit, a resurselor de care acesta dispune – cu reprezentanți ai sistemului medical și instituții spitalicești în vederea acoperirii nevoilor generate de pandemia COVID-19. Acest demers de implicare antreprenorială în comunitate a generat donații de peste 300.000 euro și peste 350.000 echipamente de protecție prin *AjutorSpitale*. Inițiativa a obținut premiul Webstock, cel mai mare eveniment de social media și comunicare din România, la categoria Proiecte speciale.

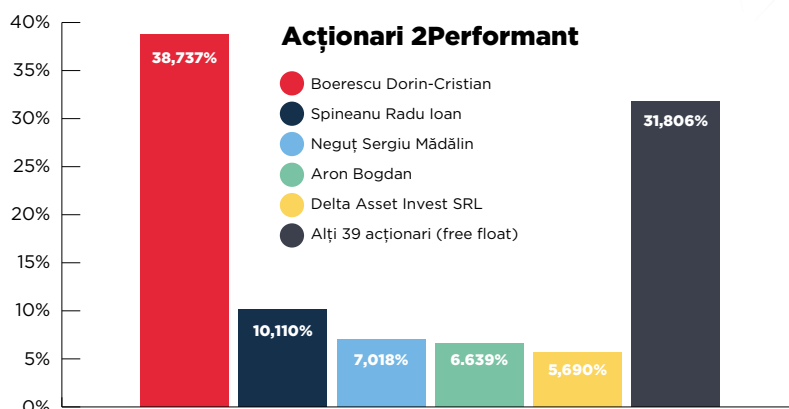
ANALIZA SWOT



14. Informații cu privire la acțiuni și la structura acționariatului

Potrivit cu actul constitutiv al 2Performant Network S.A. actualizat la data de 09.07.2020 în urma aprobării sale în cadrul Adunării Generale Extraordinare a Acționarilor prin hotărârea AGEA din 09.07.2020, capitalul social al societății în valoare de 105.442,6 lei este împărțit în 1.054.426 acțiuni ordinare, nominative, dematerializate și liber tranzacționabile, cu o valoare nominală de 0,1 lei/acțiune.

Registrul acționarilor ținut de societate la data Memorandum-ului de admitere la tranzacționare prezintă următoarea structură a acționariatului:



Societatea a desfășurat programe de fidelizare și motivare a angajaților. În total, au fost alocate angajaților și colaboratorilor participanți la operațiunea de majorare de capital social, un total de 54,426 de acțiuni pentru perioada 2015 – 2019. Societatea are în vedere continuarea acestor programe, inclusiv de tipul stock option plan, și pe viitor pentru a putea atrage, fideliza și motiva Board-ul, conducerea executivă și angajații 2Performant Network S.A.

14.1. Estimări privind valoarea capitalizării bursiere pentru admiterea la tranzacționare

Evaluarea capitalizării bursiere anticipate **2PERFORMANT NETWORK S.A.** s-a realizat pe baza rezultatelor obținute prin cele 2 metode de evaluare consacrate, și anume: evaluarea prin intermediul actualizării fluxurilor de numerar disponibil societății – eng. **DCF (Discounted Cash Flow)** și prin metoda comparativă – prin multiplii de companii listate pe piața internă și internațională, asemănătoare societății evaluate.

Ca termen de referință istoric, aportul la capital realizat prin investiția de 250.000 euro din anul 2015 a fost evaluat prin raportare la o valoare a 2PERFORMANT estimată la 2 Mil Euro.

14.1.1. Evaluare prin intermediul DCF – metoda fluxului de numerar actualizat (abordare prin venit)

► Strategia și viziunea 2Performant pe termen mediu - sursa performanței viitoare

Societatea dorește să profite de fereastra de oportunitate din următorii ani și să se extindă în piețele din regiunea Europei Centrale și de Est printr-o abordare eficientă și rapidă, în ritm cu finanțarea obținută. Pentru perioada 2021–2022, societatea preconizează să investească în acest sens 1 Mil de EUR în dezvoltarea platformei, vânzări, marketing și în atragerea de resurse umane în poziții strategice. Alături de extinderea afacerii, 2Performant va investi în consolidarea pieței interne prin campanii de vânzări și marketing pentru a atrage clienți de talie mare, investiții în soluția de tracking și în optimizarea continuă a platformei. Un alt obiectiv strategic pentru extinderea afacerii este creșterea segmentului de influenceri, o piață cu un potențial ridicat, reflectat și prin evoluția pozitivă din ultima perioadă.

Potrivit profilului de afacere de tip "growth", în această etapă eforturile managementului sunt concentrate pe creșterea accelerată. Acest lucru presupune investiții și sacrificarea profiturilor imediate în favoarea unei cifre de afaceri și a unor profituri viitoare semnificativ mai mari.



Efectul pozitiv al investițiilor și obținerea economiilor de scară încep să se reflecte la nivelul profitabilității începând cu anul 2023. Din acel moment creșterea costurilor operaționale scade de la o medie anuală de aproximativ 37% (în perioada 2020-2022), la o medie anuală de aproximativ 11% (în perioada 2023-2025). Costurile cu activitatea de cercetare și dezvoltare (R&D) înregistrează o creștere medie anuală de aproximativ 42% în perioada 2020-2022 și apoi o creștere anuală de aproximativ 9% în perioada 2023-2025.

Prin urmare, societatea estimează că va atinge un profit net de 6.8 mil RON în 2025, cu o marjă a profitului de 9.1%.

► Premisele proiecțiilor financiare viitoare

Premisele evaluării au fost realizate pornind de la proiecțiile financiare estimate de către conducerea societății pentru perioada următoare corelate cu evoluția și tendințele sectorului tech din care aceasta face parte. Astfel, modelul de analiză a luat în considerare următorii factori:

- strategia pe termen scurt și mediu furnizată de către management, transpusă în planurile de extindere viitoare ale societății conform estimărilor indicatorilor cheie furnizate de management și nivelul investițiilor preconizate
- factorii macroeconomici
- situația financiară actuală și viitoare a societății, evoluția în timp a acesteia
- tendințele din sector

► Premisele evaluării:

- **Evoluția cifrei de afaceri** – Conducerea societății preconizează că cifra de afaceri a societății va evolua menținându-și ritmul accelerat de creștere, cu un CAGR (eng. Compounded annual growth rate – creștere medie compusă anuală) de 30% estimat pentru perioada 2020-2025, prin consolidarea vânzărilor pe piața internă și extinderea pe piețele externe din zona CEE. Potențialul pieței este ridicat, ținând cont de gradul de penetrare a digitalizării și eCommercului din România, respectiv de trendul actual de accelerare a pieței de digital marketing, care se preconizează că se va menține și pe termen mediu și lung.

Societatea consideră că ritmul accentuat de creștere este susținut de către contextul favorabil sectorului în care activează societatea: afacerea este 100% online, domeniul se află pe un trend ascendent puternic în ultimii 5 ani, iar migrarea către online este accelerată de pandemie.

Societatea, la rândul său, este avantajată de faptul că deține produsul propriu, dezvoltând și investind în mod continuu în tehnologia proprie. 2Performant și-a crescut cifra de afaceri cu 256% în perioada 2015-2020, menținându-și în acest timp poziția de lider de piață.

Astfel, pentru piața locală, care reprezintă acum peste 85% din business, conducerea societății estimează o creștere medie anuală de 22% pentru următorii 5 ani. Piața externă, care reprezintă acum peste 10% din business, este previzionată să crească în medie cu 65% pe an prin adresarea a 2-3 piețe noi, acesta fiind unul dintre obiectivele strategice ale societății pentru perioada 2021-2025. La finalul perioadei estimate, piața externă va genera peste 30% din business. Similar, pe segmentul de influencer marketing societatea estimează o creștere medie anuală de 57%, ritmul mai accentuat din următorii 2 ani (+106% în 2021) fiind urmat de o creștere constantă anuală de 50%. În 2025 acest segment va genera aproximativ 6% din cifra de afaceri a 2Performant.

Așadar, managementul se așteaptă la o creștere de aproape 4 ori a cifrei de afaceri în următorii 5 ani, în contextul păstrării poziției de lider în România și Bulgaria, al intrării și dezvoltării pe încă 2-3 țări din CEE precum și al creșterii segmentului de influenceri.

Sinteza ritmului de creștere pe diferite piețe:

	2019	2020E	2021F	2022F	2023F	2024F	2025F
Piața internă	25%	32%	22%	22%	20%	21%	22%
Piața externă	35%	20%	65%	65%	65%	65%	65%
Influencer marketing	0%	26%	106%	28%	50%	50%	50%
Medie	20%	29%	28%	28%	29%	32%	35%

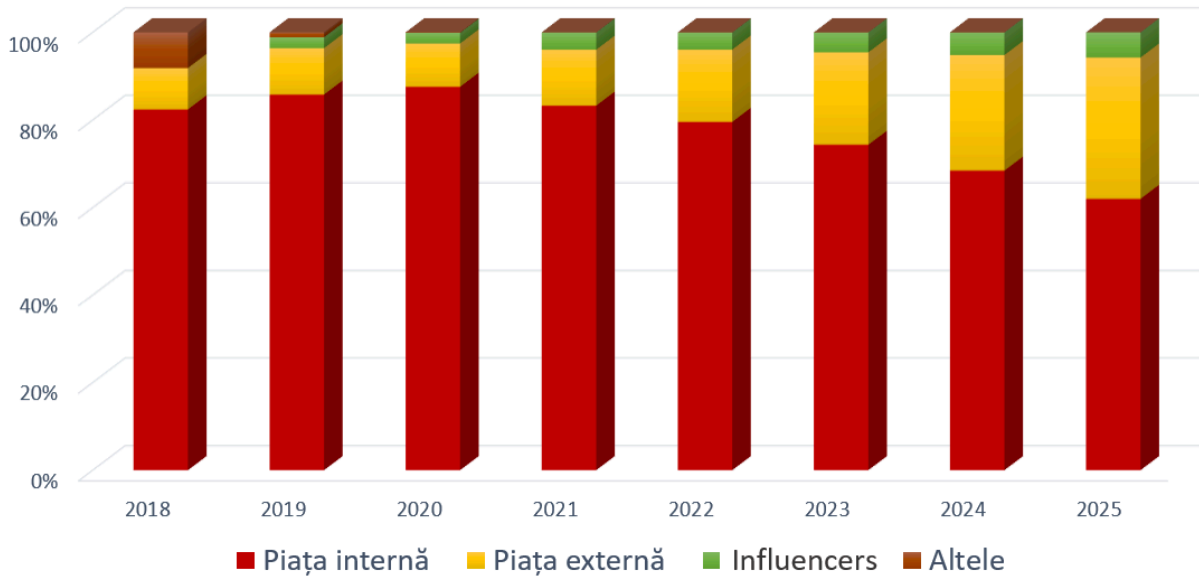
Sursa: conducerea societății 2Performant Network S.A.



- **Dinamica structurii cifrei de afaceri**

Evoluția estimată a veniturilor atrage modificări la nivelul structurii cifrei de afaceri. Astfel, având în vedere poziția de lider pe piața din Bulgaria și prezență solidă a 2Performant în alte 2-3 țări CEE, se anticipează o creștere a ponderii veniturilor de pe piața externă de la 10% - nivelul actual, la 32% în 2025. De asemenea, se estimează o creștere a ponderii veniturilor din activitatea de influencer marketing - o piață relativ nouă, dar promițătoare - de la 2% în 2020 la 6% în 2025, în timp ce ponderea veniturilor din marketing afiliat pe piața internă în total cifra de afaceri se va diminua de la 88% la 62%.

Proiecția structurii veniturilor prognozate de companie



- Evaluarea societății ține cont atât de **condițiile macroeconomice actuale** (criza actuală determinată de COVID-19, rata dobânzilor mici, migrarea către online a consumatorilor) precum și de **factorii specifici ce influențează societatea**: sectorul din care face parte, situația echilibrului financiar, gradul de îndatorare scăzut, lichiditatea cu o evoluție favorabilă, strategia conducerii, randamentul viitoarelor investiții, rezultatele așteptate în urma investițiilor viitoare, extinderea prezenței în alte țări.
- Prognozele au fost realizate pe un **termen mediu de investiție**, respectiv perioada 2020-2025.
- **Rata de actualizare** folosită pentru actualizarea fluxurilor de numerar este de **14,78%**, valoare estimată prin intermediul metodei costului capitalului propriu, societatea neavând credite și datorii în momentul evaluării. Costul capitalurilor proprii a rezultat prin metoda CAPM (Capital asset pricing model), pornind de la o rată a dobânzii fără risc de 3,25% (referință obținută prin emisiunile existente de obligațiuni aflate în circulație cu termen de aproximativ 5 ani al Ministerului de finanțe), cu un Beta pe sector obținut în medie prin companii comparabile de pe piața internă și internațională de 0,99, și o primă de risc de 11,69% obținută prin însumarea primei de risc de piață de 8,46% și a unui risc de țară de 3,23%.
- **Necesarul de finanțare a capitalului de lucru** a fost estimat în funcție de tendința istorică a acestor elemente în cifra de afaceri în cursul ultimilor 4 ani (ponderea acestora în Cifra de afaceri) precum și de evoluția a activelor circulante și a datoriilor curente estimată în perioada de prognoză de către managementul societății.
- **Nivelul amortizărilor estimate** - valoarea amortizărilor a fost estimată luându-se în considerare nivelul investițiilor viitoare în platforma proprie. Societatea aplică o metodă proprie de amortizare, prin reevaluări periodice a soft-ului recepționat.



- **Cheltuieli privind prestațiile externe** – reprezintă comisioanele facturate către afiliați și influenceri, în urma activității acestora, dat de specificul activității. Această categorie reprezintă cea mai mare cheltuială a societății, având o pondere estimată constantă, de aproximativ 71% din veniturile generate, nivel corelat cu ponderea istorică a acestora.
- **Marja medie brută globală totală** (de pe piața locală însumată cu piața externă) estimată va fi în medie de 30% în perioada 2021-2025, fiind mai ridicată pe piața locală și pe segmentul de influenceri. Astfel, pe segmentul de marketing afiliat de pe piața locală, conducerea estimează o marjă brută medie de 30% pe următorii 5 ani, în timp ce pe piața de influenceri se estimează o marjă brută de 31%-32%. Pentru piața externă de afiliați se estimează o marjă mai mică, de 27% din cauza costurilor mai ridicate de pe aceste piețe.
- **Cheltuielile cu personalul** au fost estimate de către societate la un nivel mediu de 13,2% pe perioada 2021-2025, în creștere semnificativă în următorii 2 ani. Aceasta reflectă nevoia de recrutare pentru implementarea strategiei de extindere pe piețele externe, pentru dezvoltarea platformei, pentru serviciile de suport și consultanță clienți, societatea estimând o dublare a numărului de salariați, de la 35 în 2020, la 63 în 2025. Așadar, ponderea cheltuielilor cu personalul se preconizează că va crește în următorii 2 ani la aproape 16%, pe fondul recrutărilor de personal responsabil cu dezvoltarea business-ului în piețele externe, angajarea unui nou specialist în zona financiar-contabilă în contextul admiterii la tranzacționare, al unui specialist în HR intern responsabil pentru strategiile și instrumentele de recrutare, selecție, dezvoltare profesională și sistem motivațional în contextul creșterii echipei și, în general, al creșterii capacității de a atrage, servi clienții și de a dezvolta platforma. După expansiune, urmează perioada de consolidare, în care aceste cheltuieli se vor stabili la o pondere de 8,6%.
- **Marja EBITDA** – se estimează a fi în medie la 6.7%, pentru perioada de prognoză 2020-2025. După doi ani de scădere, pe fondul stabilizării cheltuielilor și generării veniturilor suplimentare antrenate de expansiunea afacerii, managementul preconizează o marjă EBITDA de 13.3% pentru anul 2025. EBITDA este influențat în primii ani de investițiile făcute, o proporție importantă a acestora având un caracter operațional.

Marja EBITDA pentru liniile de business

	2019	2020E	2021F	2022F	2023F	2024F	2025F
Piața internă	8%	8%	5%	6%	9%	12%	15%
Piața externă	18%	19%	-12%	-9%	-1%	4%	11%
Influencer marketing	-27%	-19%	0%	-7%	4%	8%	15%

Sursa: conducerea societății 2Performant Network S.A.

- **Marja profitului net** mediu estimat de societate pe perioada 2021-2025 este de 2.53%, nivel relativ redus, dar justificat prin investițiile semnificative în expansiune și tehnologie proprie din următoarea perioadă. Necesarul de finanțare aferent expansiunii rapide generatoare de cheltuieli de investiții mai intensificate în următorii 2 ani va afecta negativ profitabilitatea imediată a afacerii, societatea estimând rezultate nete negative pentru anii 2021 și 2022 și o creștere constantă a profitabilității începând cu 2023 ca urmare a scalării afacerii.

Efectul pozitiv al investițiilor și obținerea economiilor de scară încep să se reflecte la nivelul profitabilității începând cu anul 2023. Societatea estimează că va atinge un profit net de 6.8 Mil. RON în 2025, cu o marjă a profitului de 9.1%. Tipul afacerii și potențialul de creștere fac ca focusul managementului pe termen mediu să fie axat în principal pe creștere și extindere. În 2025, societatea estimează o valoare terminală neactualizată de 49.144.447 lei, ceea ce reprezintă un multiplu de 7.18 ori profitul net înregistrat în același an.



	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Creșterea cifrei de afaceri	28,9%	27,8%	27,9%	28,9%	31,9%	34,9%
Cifra de afaceri	20.018.301	25.585.366	32.723.593	42.187.446	55.656.772	75.094.931
Profit operațional*(1-t)	766.131	(632.309)	(218.453)	798.325	1.942.008	6.845.008
Deprecieri și amortizări	753.644	1.322.074	1.035.042	1.737.533	2.789.749	1.841.494
Flux brut al numerarului	1.519.775	689.765	816.589	2.535.859	4.731.757	8.686.503
Necesarul de finanțare a capitalului de lucru	(103.924)	667.977	(501.905)	(51.667)	1.013.347	2.225.681
CAPEX (cheltuieli cu investiții)	613.889	2.430.000	2.430.000	303.612	303.612	303.612
FCFF	1.009.809	(2.408.213)	(1.111.506)	2.283.914	3.414.798	6.157.210
Factor discount	1,00	0,87	0,76	0,66	0,58	0,50
PV of FCFF	1.009.809	(2.098.123)	(843.692)	1.510.386	1.967.477	3.090.755
Valoarea prezenta a fluxurilor de numerar (2020-2025)	4.636.613					
Valoarea prezenta a valorii terminale	24.669.205					
Valoarea terminală neactualizată	49.144.447 RON					
Valoarea actualizată a societății	29.305.817 RON					
Datorii	-					
Casă și conturi la bănci	686.515					
Valoarea de piață estimată a societății	29.992.332 RON					

Ca urmare a aplicării metodei de evaluare prin actualizarea fluxurilor de numerar, a rezultat o valoare a capitalizării anticipate pentru 2Performant Network S.A. de 29.992.332 RON.

14.1.2. Abordarea prin piață – metoda comparației prin multiplii de piață

Metoda comparației, cu o relevanță accentuată având în vedere specificul sectorului de tehnologie în care acționează 2Performant Network, evaluează societatea în raport cu alte companii similare considerate a fi reprezentative pentru sectorul 2Performant, care sunt deja listate pe o piață de capital.

Având în vedere că nu se poate forma un eșantion de companii din domeniul specific al 2Performant listate pe piața din România, s-a luat în considerare un lot de 13 companii reprezentative – cu activitate în zona de digital, eCommerce, gig economy și marketing afiliat/ prin influenceri, al companiilor de tehnologie cu venituri din produse proprii – de pe piața internă și internațională. Valorile care au variat semnificativ față de medie, au fost excluse din calculul valorii capitalizării anticipate a 2Performant.

Companii similare listate pe piețe internaționale:

Simbol	Denumire	P/E Ratio TTM	Price to Sales TTM	Price to Book MRQ	EV/ EBITDA	Beta
GDDY	GO DADDY INC	33,78	4,08	24,35	-65,71	0.87
4755	RAKUTEN INC	11,89	1,13	2,19	-18,12	1.17
TRAD	TRADEDOUBLER	n/a	0,1	0,55	4,71	0.62
FVRR	FIVERR INTERNATIONAL	713,3	33,24	17,67	-239,14	N/A
SHOP	SHOPIFY	384,62	51,65	23,92	-1,47	1.58
PUBP	Publicis Groupe S.A.	10,43	0,6	0,9	4,88	0.84
WMT	Walmart	22,4	0,7	5,3	11,9	0.29
AMZN	Amazon	120,12	4,9	20,5	37,2	1.35
EBAY	Ebay	8,59	3,4	12,5	11,48	1.33
SPLK	SPLUNK	n/a	11,73	16,9	-74,81	1.61
Media		39.06	2,13	9,56	14,03	1,07

Sursa: investing.com, finance.yahoo.com



Valoarea estimată de capitalizare de piață anticipate a 2Performant comparativ cu eșantionul de companii listate pe piețe internaționale este de 28.872.649 lei:

-lei-	P/E Ratio TTM	Price to Sales TTM	Price to Book MRQ	EV/ EBITDA	Valoare medie
Valoare societate calculată pe media multiplilor pe eșantion - piețe internaționale	29.928.134	42.553.188	19.533.248	23.476.026	28.872.649

Companii reprezentative listate la BVB:

Simbol	Titlu	P/E Ratio TTM	Price to Sales TTM	Price to Book MRQ	EV/ EBITDA	Beta
ASC	ASCENDIA	-11,19	3,22	16,78	34,69	0.98
BNET	BITTNET	35,97	3,38	0,17	14,75	0.79
LIH	LIFE IS HARD	17,22	4,26	5,70	2,09	0.40
Media		26.60	3,62	7,55	17,18	0,73

Sursa: bvb.ro

-lei-	P/E Ratio TTM	Price to Sales TTM	Price to Book MRQ	EV/ EBITDA	Valoare medie
Valoare societate calculată pe media multiplilor pe eșantion - piața internă	20.375.286	72.525.485	15.427.392	28.737.652	34.266.454

► **Semnificația multiplilor utilizați în model este redată mai jos:**

- P/E Ratio – Price Earning Ratio (prețul pe acțiune / profitul net pe acțiune) – valoarea indicatorului exprimă perioada (în ani) în care acționarii își pot recupera investiția realizată prin achiziționarea acțiunilor societății respective. Cu cât valoarea PER este mai mică, cu atât orizontul de timp de recuperare a investiției este mai scurt și, deci, mai în favoarea investitorului potențial.
- Price to Sales (prețul pe acțiune / cifra de afaceri pe acțiune) – indică valoarea de piață a unei unități monetare (1 leu) din vânzările firmei. Indicatorul este relevant doar la compararea unor societăți din domenii de activitate similare. Prin comparare cu societăți similare, o valoare mai mică indică un discount potențial față de valoarea de piață a sectorului.
- Price to Book Value (prețul pe acțiune / valoarea contabilă pe acțiune) – exprimă valoarea pe care piața o dă capitalurilor societății sau activului său net, respectiv, cât sunt dispuși investitorii să plătească pentru 1 leu de activ net. Cu cât valoarea acestui indicator este mai redusă, cu atât acțiunea este mai “ieftină”.
- EV/EBITDA – Enterprise Value / EBITDA (valoarea de piață / profitul operațional înainte de cheltuielile cu dobânzile, impozitul și deprecierea de active, pe acțiune) - măsoară prețul pe care acționarii îl plătesc pentru un anumit nivel al veniturilor operaționale, indicând cât de „scumpă” este o acțiune a societății.



Valorile profitului și cifrei de afaceri sunt cele previzionate de către societate, în timp ce capitalurile proprii au fost calculate pe baza situațiilor financiare din primul semestru al anului 2020 și a profitului estimat de către conducere. În vederea estimării valorii de capitalizare anticipată a societății din perspectiva acestei metode de evaluare, a fost realizată o medie aritmetică între valoarea obținută în cazul competitorilor externi și cea în cazul competitorilor de pe piața internă.

Concluziv, valoarea de piață a 2Performant Network S.A. estimată anticipat pe baza metodei comparației este de 31.569.551 lei:

Valoare societate multipli internaționali	Valoare societate multipli interni	Media
28.872.649	34.266.454	31.569.551

În urma aplicării celor două metode, a rezultat o evaluare estimativă a capitalizării anticipate, înainte de admiterea la tranzacționare, de 30.780.942 lei respectiv, de 6,28 Mil EUR. Aceasta a fost calculată ca medie aritmetică simplă a valorilor rezultate din aplicarea metodei actualizării fluxurilor viitoare de numerar (29.992.332 lei) și a metodei comparației prin multipli de piață (31.569.551 lei).

15. Conducerea societății

La momentul redactării prezentului memorandum, conducerea societății este asigurată de Dorin Boerescu, în calitate de administrator unic, director general (Chief Executive Officer) și acționar principal (38,737%), și de un Board Consultativ, format din:

- **Sergiu Neguț**, în calitate de membru independent și acționar (7,018% din capitalul social),
- **Vladimir Oane**, în calitate de membru independent și acționar (1,883% din capitalul social),
- **Matei Pavel**, în calitate de membru independent și acționar (0,898% din capitalul social).

Conducerea executivă este reprezentată de Bogdan Aron, având funcția de director economic (Chief Financial Officer) și acționar (6,639% din capitalul social), de Irina Dumitrașcu, director tehnic (Chief Technology Officer) și acționar (0,504% din capitalul social), și de Constantin Stanciu, director vânzări și relații clienți (Business Development Director) și acționar (0,285% din capitalul social).

► **Dorin Boerescu, director general și acționar principal 2Performant**

Dorin Boerescu, CEO 2Performant, este unul dintre reprezentanții primei generații de antreprenori și specialiști în digital marketing din România, cu o experiență de 21 de ani în digital și tehnologie.

Antreprenor în serie, Dorin Boerescu este un susținător activ al companiilor antreprenoriale din România. Este membru în Consiliul de Administrație al iHunt Technology, societate listată la Bursa de Valori București din 2019. În plus, în 2018 a fost nominalizat la titlul de Entrepreneur of the Year în cadrul competiției EY Entrepreneur of the Year organizată de Ernst & Young.

Dorin Boerescu a fondat și condus diverse companii de advertising de pe piața locală, precum Speed Promotion (actualmente Godmother), Agrafa (tipografie digitală), Hyperactive (achiziționată de Initiative Media). Pasiunea pentru digital și viziunea sa cu privire la digitalizarea societății și în special a marketingului l-au determinat să se concentreze pe afaceri din aceste domenii. Astfel, a dezvoltat și investit în idei și modele de afaceri inovatoare, așa cum a fost și cazul 2Parale (fostul nume 2Performant).

În anul 2009, Dorin Boerescu se alătură comunității 2Parale.ro în calitate de afiliat și vede potențialul extraordinar al acestui business. Astfel devine în scurt timp acționar majoritar și director general al societății. Sub conducerea sa, cifra de afaceri a societății a crescut de 33 ori în 10 ani, de la 0,46 mil. lei în 2010, la 15,5 mil. lei în 2019.



De atunci, numele său este sinonim cu marketingul afiliat în România. Este unul dintre cei mai importanți promotori ai acestui domeniu, fiind speaker la zeci de evenimente de marketing și e-commerce din România, Polonia, Marea Britanie, Bulgaria și Croația și este autorul unui curs despre afiliere pe Udemy, best-seller în categoria de marketing.

Dorin Boerescu are o viziune proprie de uberizare a marketingului în contextul sharing economy și crede cu tărie în performanță și transparență, considerând că această formă de democratizare a serviciilor de marketing este viitorul la care toate brandurile se vor alinia.

► **Bogdan Aron, director economic 2Performant**

Bogdan Aron, CFO 2Performant, își începe activitatea în societate în anul 2012, având rolul de Marketing Manager.

Are o experiență de 14 ani în mediul online, în companii antreprenoriale în care a fost de cele mai multe ori partener. De la un start-up de e-commerce de livrare a cumpărăturilor lansat în perioada facultății, până la înființarea propriei agenții de marketing online care lucra pentru branduri precum Flanco sau Flamingo și până la poziția de Marketing Manager la trafic.ro în perioada 2009-2012, Bogdan Aron și-a construit o experiență solidă în digital, tehnologie și antreprenariat.

În 2012, se alătură societății 2Performant, unde ocupă de-a lungul timpului mai multe roluri și contribuie la dezvoltarea business-ului, fiind totodată unul dintre acționari. Astăzi, Bogdan Aron este Chief Financial Officer 2Performant și gestionează admiterea la tranzacționare a acțiunilor societății la Bursa de Valori București a societății.

Din 2010 este membru în board-ul AtelierulTau.ro, business la a cărui creștere până la aproximativ 4,5 milioane de euro (estimare pentru 2020) a contribuit.

Bogdan Aron este prezent în catalogul 100 Tineri Manageri de Top 2020 realizat de publicația Business Magazin, proiect care nominalizează managerii și antreprenorii care fac performanță și care reprezintă adevărate modele pentru tineri. De asemenea, de numele său se leagă numeroase traininguri, prezentări și articole despre e-commerce, digital și marketing afiliat.

Este absolvent al facultății de Automatică a Universității Politehnice București. Totodată, este unul dintre cei mai tineri absolvenți de MBA din România, având un MBA de la Maastricht School of Management Romania (2013-2015).

► **Irina Dumitrașcu, director tehnic 2Performant**

Irina Dumitrașcu, CTO 2Performant, s-a alăturat societății în anul 2015.

Irina Dumitrașcu are un masterat în Computer Programming la Universitatea Politehnica din București, ale cărei studii universitare le-a absolvit. Lucrează în industria IT de 15 ani, având roluri precum director tehnic, inginer software sau consultant IT. Stăpânește un repertoriu larg de tehnologii și limbaje de programare precum Ruby, Javascript, Docker, AWS, OOP și bune practici de arhitectură a codului și a sistemelor informatice.

La 2Performant, Irina Dumitrașcu conduce departamentul Research & Development, care a dezvoltat și continuă să îmbunătățească platforma tehnologică 2Performant.com.

De-a lungul timpului, Irina Dumitrașcu s-a implicat ca voluntar în inițiative dedicate educației și dezvoltării în domeniul IT, din România și de peste hotare.

► **Constantin Stanciu, director vânzări și relații clienți 2Performant**

Constantin Stanciu, Business Development Director 2Performant, face parte din echipa 2Performant de aproape 2 ani.

Are o experiență bogată în domeniul vânzărilor și al relației cu clienții, în care activează de 13 ani. Este co-fondator al comunității de afaceri Upgrader și fondator WeContent, cea mai importantă conferință de content marketing din România, concept achiziționat între timp de o companie care îl operează și în prezent cu succes.



S-a alăturat echipei 2Performant în 2018 ca Business Development Manager pentru Divizia de Influencer Marketing, devenind ulterior Business Development Director pentru ambele produse ale societății - marketing afiliat și influencer marketing. Astăzi, Constantin Stanciu coordonează departamentul Client Service & Sales al 2Performant, care include echipele care oferă sprijin și consultanță utilizatorilor, la diferite niveluri de suport, și care generează vânzările în rândul clienților din platformă.

➤ **Sergiu Neguț, membru în Board-ul Consultativ 2Performant**

Sergiu Neguț, membru în board-ul consultativ 2Performant, este unul dintre cei mai apreciați investitori din România și este co-fondator Fintech OS, companie desemnată startup-ul fintech al anului la The Europas Awards 2020.

Sergiu Neguț este consultant în creșterea afacerilor, având o experiență bogată în dezvoltarea a numeroase business-uri din poziția de membru al board-ului, investitor și manager în industrii precum tehnologie, servicii financiare, sănătate, consultanță și resurse umane. De asemenea, este Decan Asociat la Maastricht School of Management din România.

Acesta a contribuit semnificativ la dezvoltarea 2Performant, fiind investitorul care a condus principalele runde de finanțare ale societății, în perioada 2014-2015.

➤ **Vladimir Oane, membru în Board-ul Consultativ 2Performant**

Vladimir Oane, membru în board-ul consultativ 2Performant, este un reprezentant al noii generații de antreprenori în tehnologie. Are o experiență impresionantă în dezvoltarea de produse și companii inovatoare care au succes la nivel global.

Una dintre acestea este uberVU, o platformă de social analytics înființată și condusă de Vladimir Oane, care a fost ulterior achiziționată de HootSuite. Mai recent, a co-fondat Deepstash, o aplicație globală pentru dezvoltare personală și profesională. De asemenea, Vladimir Oane contribuie la succesul multor firme de tehnologie din poziția de advisor sau membru al Board-ului, cum este și cazul 2Performant.

➤ **Matei Pavel, membru în Board-ul Consultativ 2Performant**

Matei Pavel, membru în board-ul consultativ 2Performant, este antreprenor și investitor în tehnologie. A început relația cu 2Performant încă din 2011, când se afla în topul afiliaților din platformă.

În ultimii 10 ani, Matei Pavel a lansat o serie de business-uri online și de tehnologie de succes și este co-fondator T-Me Studios, unul dintre liderii globali în publishing de aplicații mobile, cu peste 1 miliard de descărcări (downloads). De asemenea, investește în afaceri din domenii diverse, la a căror creștere accelerată contribuie.

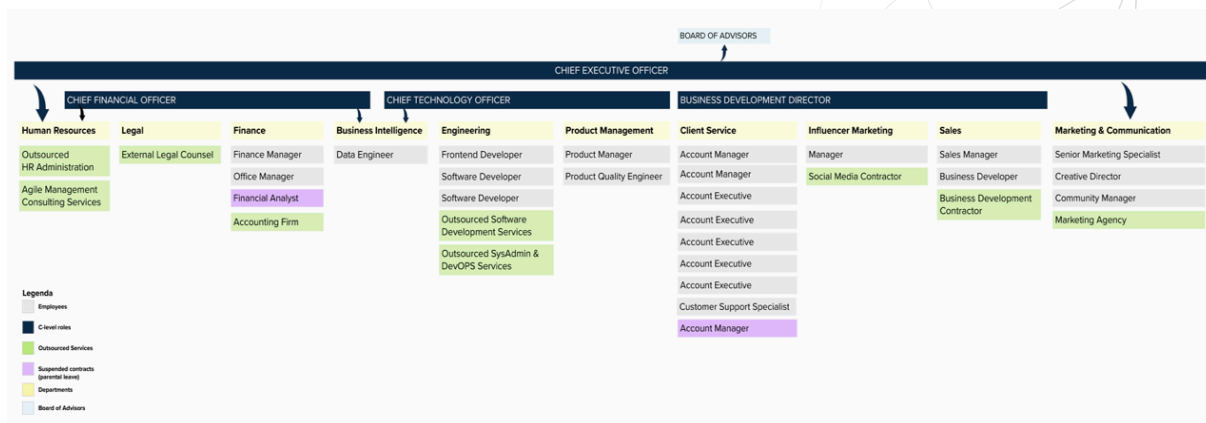
16. Informații cu privire la angajați

Alături de tehnologia dezvoltată, echipa 2Performant este cel mai important activ al societății, precum și vectorul principal pentru implementarea strategiilor de dezvoltare și de atingere a obiectivelor.

Pe parcursul creșterii 2Performant, structura organizațională s-a adaptat nevoilor societății și schimbărilor de strategie și priorități. În acest proces de modelare continuă, s-a urmărit ca resursa umană valoroasă pentru 2Performant și consonantă cu cultura organizațională a societății să își găsească rolul potrivit și să se dezvolte împreună cu 2Performant.

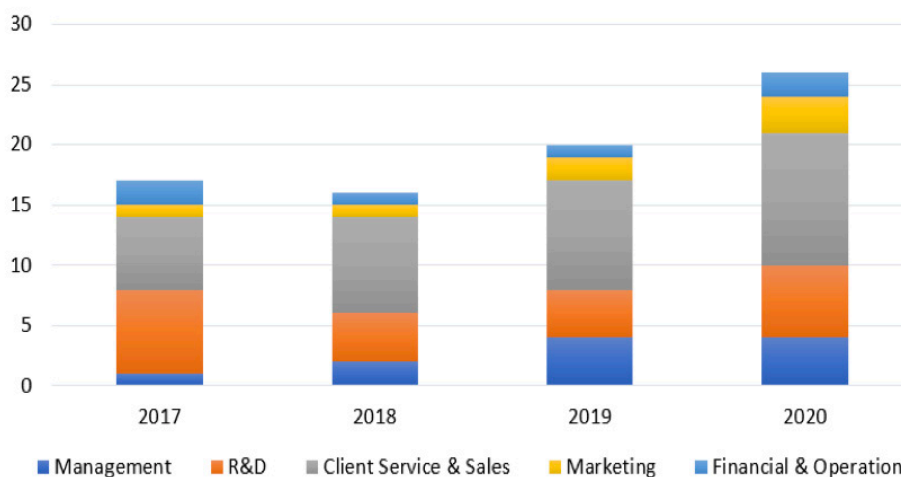
La momentul prezentului memorandum, societatea este organizată în 4 departamente principale, fiecare dintre ele ramificându-se în alte funcționalități ce merită: departamentul Financiar, departamentul de Research & Development, cel de Client Service & Sales și, nu în ultimul rând, departamentul de Marketing, fiecare cu o funcție strategică și bine definită, conform organigramei prezentate mai jos:



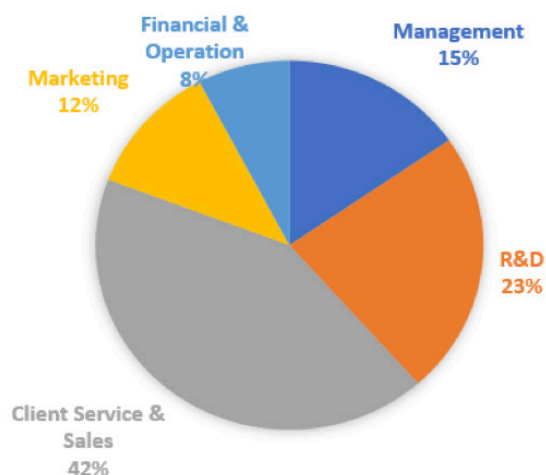


Societatea 2Performant urmărește dezvoltarea, operarea și monetizarea propriului produs. Prin urmare, o parte dintre funcțiile suport (partea administrativă a managementului resurselor umane, contabilitate, juridic) au fost externalizate. De asemenea, pentru a spori capacitatea și competențele interne, pentru implementarea anumitor proiecte, societatea apelează la furnizori specializați în software development, Agile Management sau marketing și business development, cu care a dezvoltat relații de parteneriat solide, dar nu generatoare de dependență. Structura organizațională și lanțul scurt de decizie permit societății să lucreze externalizat ori de câte ori identifică un furnizor care poate aduce un plus de valoare adăugată spre atingerea obiectivelor.

Echipa 2Performant a crescut numeric în timp, de la 17 angajați în anul 2017, la 26 de persoane la jumătatea anului 2020:



În prezent, dintre cei 26 de angajați 2Performant, 6 sunt responsabili de cercetare și dezvoltare de produs, 11 persoane sunt implicate în client service și sales, 3 fac parte din departamentul de marketing, 2 aparțin departamentului financiar și operațional și 4 fac parte din echipa de management:



Sursa: Emitentul



Echipa 2Performant este tânără, 35% fiind persoane cu vârsta de până la 29 ani. Din punct de vedere al calității profesionale, societatea atrage și reține persoane potrivite cu direcția și cultura 2Performant, cu dorința de a schimba status quo-ul, având competențe dovedite prin experiență și, mai ales, prin rezultate. 76% din angajați sunt absolvenți de studii universitare și postuniversitare.

Strategiile de retenție și atragere a resursei umane (Board, management, angajați) vor include și un plan de stock options (SOP). Pachetul de stock options este specific companiilor de tehnologie și aliniază interesele acționarilor cu cele ale managementului.

Totodată, societatea oferă angajaților beneficii precum abonament la o rețea privată de clinici de sănătate, participarea la cursuri și sesiuni de formare, programe de coaching pe metoda Gordon. Începând din luna martie, de la începutul pandemiei de COVID-19, societatea a trecut la o abordare de tipul "remote first", care presupune adoptarea 100% a lucrului la distanță prin adaptarea proceselor și procedurilor, prin utilizarea de instrumente și de servicii care facilitează lucrul remote. Societatea are în vedere păstrarea abordării "remote first" pentru termen nedefinit.

17. Poziția pe piață și principalii competitori

Platforma [2Performant.com](https://2performant.com), dezvoltată de către societate, oferă suportul integral utilizatorilor, plasând 2Performant în topul pieței de afiliere din România. Această poziție este justificată de numărul de afișări care depășește 1 milion în luna iulie 2020, peste 5000 de utilizatori logați lunar în platformă și implicați direct în campanii, generând în total, în cei 12 ani de activitate, vânzări pentru magazinele online de peste 223 milioane de Euro și comisioane plătite pentru afiliați în valoare de peste 15 milioane de Euro.

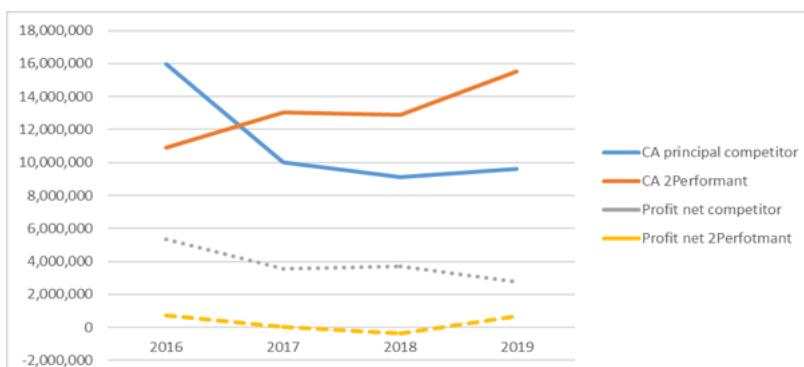
Există un interes pentru abordarea pieței din România a unor companii cu poziție pe plan internațional, cum ar fi TradeDoubler, Tradetracker, Vivnetworks, Admitad, Dognet sau Awin. Cu toate acestea, accesibilitatea pieței marketingului afiliat nu este facilă, impunând eforturi considerabile pentru recrutarea și fidelizarea comunității de afiliați și advertiseri, dar și pentru actualizarea în permanență a cadrului tehnic și comercial prin care se realizează intermedierea.

Având în vedere direcțiile și proporțiile diferite în care poate fi abordată piața de afiliere din România, este dificil de cuantificat cota de piață a societății. În acest context, se consideră oportună o prezentare de ansamblu a evoluției 2Performant față de principalii competitori din România.

Pe plan local, principalul competitor este Profitshare.ro, rețea de marketing afiliat deținută de agenția de performance marketing Conversion, companie care este la rândul său deținută în procent de 90% de Emag. Avantajele competitive ale Profitshare constau, în esență, în cota de piață dominantă a principalului advertiser, respectiv Emag, impulsționând semnificativ vânzările generate prin marketing afiliat.

Profitshare reprezintă o linie de business a Conversion, o companie care a înregistrat scăderi ale veniturilor în ultimii doi ani (2018 și 2019) și, cel puțin în aparență, nu prezintă o activitate intensă din punct de vedere al dezvoltării businessului, platformei și al comunicării.

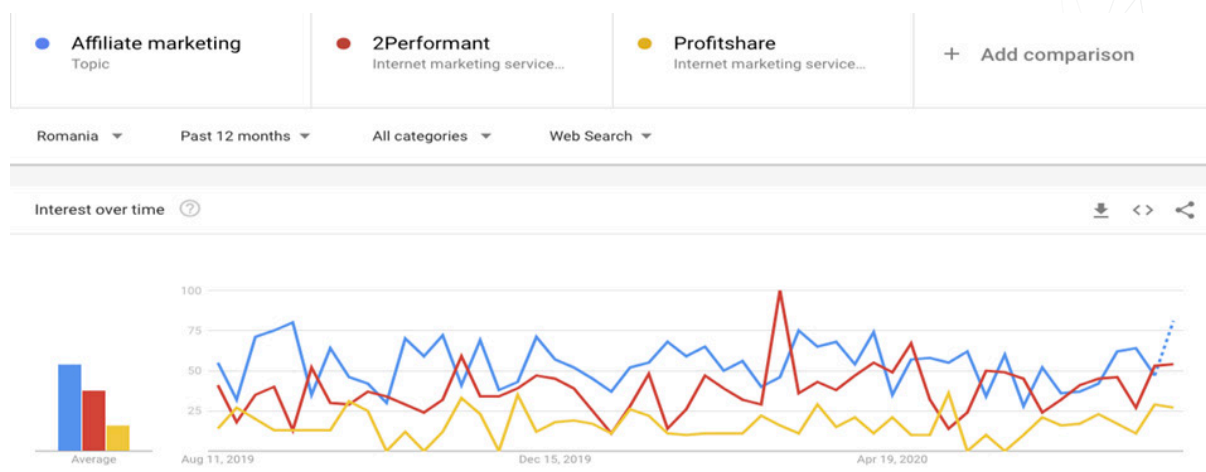
Pe când Conversion deține și o componentă puternică de agenție, 2Performant derulează cvasi-exclusiv un business de marketplace, astfel încât o analiză comparativă între indicatorii de rezultat și performanță ai celor două companii este neadecvată.



Sursa: Date financiare publicate de către Ministerul Finantelor

Totuși, remarcăm o cifră de afaceri a 2Performant peste Conversion, în timp ce diferența la nivelul marjei de profit este datorată, cel mai probabil, diversității liniilor de business generatoare de venituri la nivelul companiei care deține Profitshare.

Mai relevante decât comparația la nivelul indicatorilor economici, statisticile Google relevă poziția net favorită a 2Performant, în raport cu Profitshare, pentru utilizatori:



Sursa: Google

18. Detalierea structurii cifrei de afaceri pe segmente de activitate sau linii de business

Dezvoltarea accelerată a afacerii și evoluția veniturilor 2Performant au fost posibile prin concentrarea susținută pe dezvoltarea și operarea propriei platforme, prin adaptarea la piață și implementarea proiectelor de vânzări, suport și client service, dar și prin aplicarea strategiilor de extindere a afacerii.

Cifra de afaceri reprezintă acum un mix între veniturile din marketingul afiliat și veniturile din divizia de influencer marketing. Toate veniturile provin din abonamente, servicii și comisioane facturate clienților ca urmare a utilizării platformei [2Performant.com](https://2performant.com).

Până în anul 2018, în cadrul societății funcționa și o agenție care furniza servicii de marketing online (management de campanii de promovare de tipul Google Ads și Facebook Ads). În 2018, conducerea societății a decis vânzarea acestei agenții pentru ca resursele să se concentreze 100% pe dezvoltarea, operarea și monetizarea propriului produs.

În perioada 2016-2019, cifra de afaceri a crescut cu 42,3%, preponderent pe seama Marketingului Afiliat care a crescut, în această perioadă, cu 53,5%. Majoritatea veniturilor sunt înregistrate în România, dar veniturile înregistrate de la clienți externi (în special din UE) înregistrează peste 10% din cifra de afaceri a liniei de business Marketing Afiliat, cu potențial ridicat de creștere pe viitor.

Linia de business de Influencer Marketing, deși redusă ca pondere în totalul cifrei de afaceri, a crescut de 4,3 ori în primul an de la lansare, ajungând ca la 30.06.2020 valoarea totală a comisioanelor generate să fie de aproape 3 ori nivelul înregistrat în primele șase luni ale exercițiului anterior. Creșterea importantă a veniturilor pe segmentul de Influencer Marketing reflectă potențialul pieței aflate încă la început.



Nr. crt	Linie de business	2016	2017	2018	2019	sem I 2019	sem I 2020
1	Mkt. Afiliat	9.801.978	10.922.030	11.796.729	15.041.837	6.535.829	9.060.556
2	Influencer Mkt	-	-	-	386.086	89.327	169.618
3	Altele	1.107.817	2.106.546	1.093.686	100.198	104.173	17.953
Total Cifra de afaceri		10.909.795	13.028.576	12.890.415	15.528.121	6.729.329	9.248.127

Una din direcțiile strategice importante susținute de către managementul 2Performant se axează pe extinderea și consolidarea prezenței societății, pe termen mediu și lung, pe piețele geografice externe.

Veniturile generate de piețele externe în totalul cifrei de afaceri a 2Performant au crescut de la 1.9% în 2016, la 11% la finalul anului 2019. Mai mult, la 30.06.2020, valoarea comisioanelor generate de activitatea pe piețele externe a ajuns la 1.228,8 mii lei, **o creștere de 60% față de nivelul raportat la 30.06.2019**. Structural, aceasta reprezintă 13,3% din total venituri, cu 1,9 p.p. mai mult decât proporția deținută în aceeași perioadă a exercițiului anterior.

Piață	Opțiune plată	2016	2017	2018	2019	sem I 2019	sem I 2020
intern	postpaid	8,865,830	9,158,824	8,598,089	9,855,935	4,479,857	5,294,381
	prepaid	734,160	842,979	1,915,761	3,475,125	1,288,150	2,537,365
extern	postpaid	120,013	608,809	640,081	857,786	389,942	550,194
	prepaid	81,974	311,418	642,798	852,991	377,880	678,616
Total Cifra de afaceri - affiliates		9,801,978	10,922,030	11,796,729	15,041,837	6,535,829	9,060,556

Modelul de afaceri propus de 2Performant permite clienților societății – advertiseri – două alternative de plată: plata în avans - “prepay”, și plata după facturarea comisioanelor către clienți – “postpay”.

Modelul de plată “postpay” poate fi ales doar de companiile evaluate ca având o bună conduită de plată, volume semnificative de vânzări și plata la termen, ca politică comercială.

Majoritatea clienților plătesc în regim de “prepay”. Pentru 2Performant, această opțiune înseamnă garanția încasării sumelor din comisioane sau abonamente. Din perspectiva fluxurilor de numerar, pentru întregul ecosistem format din advertiseri, afiliați și 2Performant opțiunea prepay aduce avantajul unui ciclu de reinvestire mai scurt: afiliații încasează mai repede comisioanele pentru vânzările generate și pot astfel reinvesti mai repede în promovarea advertiserilor, ceea ce conduce la creșterea vânzărilor.

Dinamica recentă a veniturilor generate din intermedierea marketingului afiliat confirmă o tendință accentuată crescătoare atât a volumului cât și a ponderii încasărilor în avans, în raport cu cea a încasărilor post-tranzacție. De la un procent de 8,3% din veniturile din marketing afiliat la final de 2016, încasările prepaid ajung să reprezinte, la jumătatea anului 2020, 35,5%.

De asemenea, în anul 2018, la mai puțin de 2 ani de la introducerea sistemului prepay, încasările aferente acestuia ajung la peste 2 milioane de lei, de 2,3 ori nivelul anului 2017, și reprezintă 21,7% din totalul încasărilor generate de marketing afiliat. În intervalul 2018 – 2020, aceste venituri cresc, în continuare, cu aproximativ 70% pe an, în timp ce rata de creștere calculată la 30.06.2020 față de primul semestru al anului 2019 ajunge la 93%.

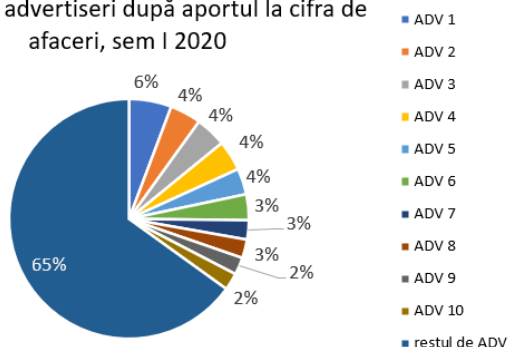


19. Clienți principali / contracte semnificative

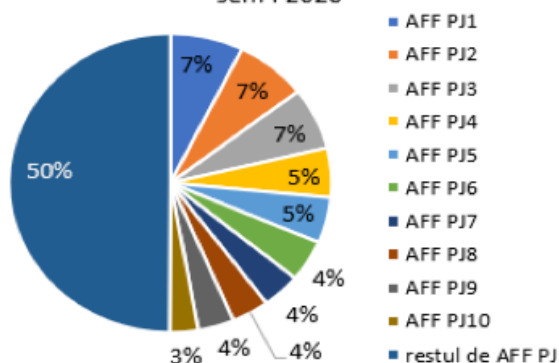
În activitatea de marketing afiliat și marketing prin influenceri, atât business-urile online cât și persoanele care promovează ofertele acestora – afiliați sau influenceri – au calitatea de utilizatori ai platformei. Numărul mare de advertiseri și afiliați utilizatori ai platformei 2Performant determină un nivel de concentrare foarte scăzut al relațiilor cu partenerii și un grad de dependență redus de aceștia.

Dintre cei 591 advertiseri activi (pentru care a fost emisă cel puțin o factură) în primele șase luni ale anului 2020, cele mai importante 10 companii către care 2Performant a emis facturi au contribuit cu 35% din totalul valorii facturate în această perioadă. Ponderea celui mai semnificativ advertiser raportat la valoarea total facturată este de 6%, următorii 4 reprezentând, fiecare, doar 4%.

Distribuție advertiseri după aportul la cifra de afaceri, sem I 2020



Distribuție afiliați persoane juridice după ponderea în total comisioane încasate, sem I 2020

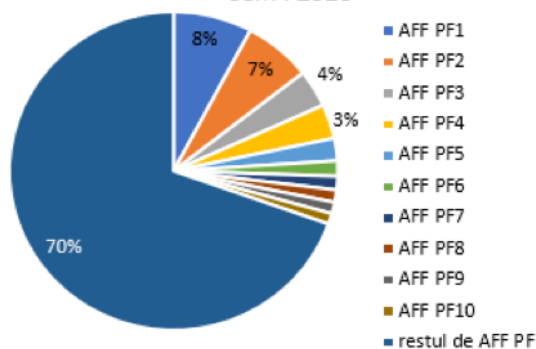


Dintre afiliații 2Performant, 8% sunt persoane juridice, aceștia contribuind cu 71% la valoarea totală a comisioanelor facturate către advertiseri în semestrul I al anului 2020. Gradul de concentrare a afiliaților persoane juridice este, de asemenea, relativ scăzut: comisioanele achitate către primii 10 dintre afiliații persoane juridice însumând 50% din valoarea totală a comisioanelor achitate către toți afiliații persoane juridice, în timp ce cel mai semnificativ afiliat persoană juridică a încasat 7% din aceasta.

De asemenea, între afiliații 2Performant persoane fizice, primii zece cei mai semnificativi din punctul de vedere al comisioanelor realizate, au încasat, în primele 6 luni ale anului 2020, 30% din valoarea totală a comisioanelor plătite către afiliații persoane fizice, celui mai semnificativ afiliat persoană fizică revenindu-i 8% din aceasta.

În consecință, prin natura afacerii și a pieței deservite, **2Performant prezintă un grad redus de dependență în raport cu anumiți clienți sau parteneriate.**

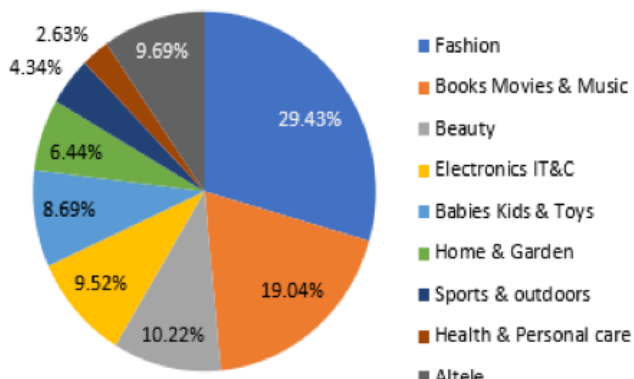
Distribuție afiliați persoane fizice după ponderea în total comisioane încasate, sem I 2020



Din punctul de vedere al distribuției clienților pe categorii, în funcție de sectorul specific de activitate al fiecăruia, cele mai recente date arată faptul că, în primele 6 luni ale anului 2020, categoria de marketing afiliat cu cele mai multe accesări este cea de Fashion, cumulând 30% din totalul de click-uri. Magazinele online de fashion generează totodată volumul cel mai mare de vânzări (28,88%) și, implicit, nivelul cel mai ridicat al comisioanelor asociate.

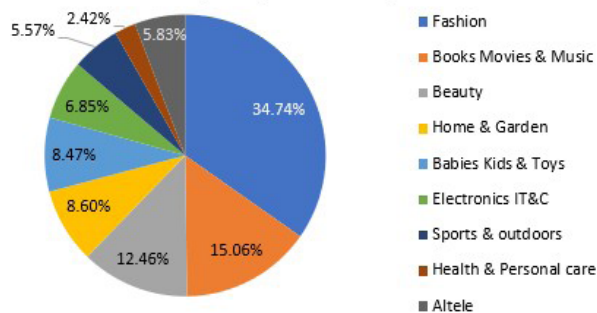
Deși frecvența accesărilor pentru această categorie a scăzut cu 9,57% în primul semestru al anului 2020 comparativ cu anul 2019, numărul de vânzări a crescut cu 37,22%, demonstrând creșterea eficienței afiliaților în promovarea categoriei.

Distribuția nr total click-uri pe categorii de campanii (sem I 2020)

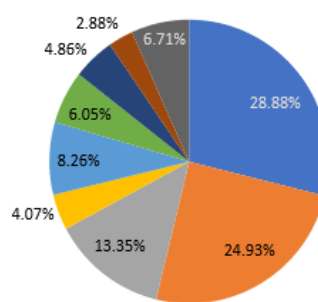


Categoria de Books, Movies & Music deține ponderea secundară atât ca volum al vânzărilor, cât și al comisioanelor, însumând peste 140 mii de vânzări și comisioane în valoare de peste 235 mii Lei.

Distribuția val. comisioanelor, pe categorii de campanii (sem I 2020)

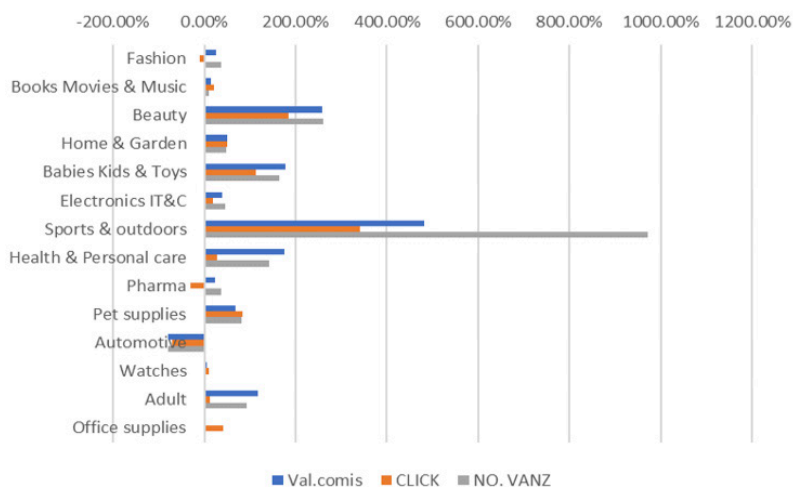


Distribuția nr total vânzări generate, pe categorii de campanii (sem I 2020)



Deși pe o poziție minoritară din perspectiva valorii comisioanelor (5,57%), secțiunea de Sports & outdoors înregistrează, în raport cu aceeași perioadă a anului 2019, cele mai mari creșteri atât din punct de vedere al numărului clickurilor (+340,44%), cât și al volumului de tranzacții (+972,30%), valoarea comisioanelor majorându-se de peste 5 ori de la o perioadă la alta.

Din punctul de vedere al dinamicii de structură a portofoliului de campanii derulate prin 2Performant, în primul semestru al anului 2020 față de aceeași perioadă a anului 2019, variațiile cele mai semnificative se observă în rândul campaniilor pentru produse sportive și de activități în exterior, care înregistrează un număr de vânzări de peste 10 ori mai ridicat, în timp ce valoarea comisioanelor generate de Health & Personal Care s-a dublat. Pe de altă parte, se observă o decelerare a accesărilor segmentului de Pharma (-9,57%) și automotive (-70%).



20. Principalii indicatori operaționali

În 2018, managementul societății a decis să demareze investiția într-un departament de Business Intelligence. Pe baza acestei investiții, a fost creat un sistem prin care se pot urmări sute de indicatori operaționali. Sistemul folosește o arhitectură tehnică, care se bazează pe:

- Bash & Python pentru transfer de date
- Google BigQuery ca bază de date analitică
- Google Data Studio pentru vizualizare & raportare

Acesta vine în completarea altor sisteme dezvoltate fie intern, fie folosite în sistem SaaS (Google Analytics, Innertrends etc.)

Raportat la modelul de afacere și specificul activității 2Performant, sistemul de indicatori operaționali cheie cuprinde:

Numărul de programe de afiliere active (advertiseri)	Numărul de programe de afiliere care pot fi promovate la un moment dat de afiliați contra unui comision la vânzare sau la lead.
Numărul de programe de afiliere care înregistrează vânzări sau lead-uri	Numărul de programe de afiliere care au înregistrat într-o anumită perioadă vânzări sau lead-uri.
Numărul de conturi de afiliați	Numărul total de persoane fizice sau juridice înregistrate ca afiliați pe platforma 2Performant.
Numărul de afiliați activi / afiliați productivi	Numărul de afiliați care, într-o anumită perioadă de timp, prin activitatea de promovare generează vizite pe site-urile advertiserilor din partea potențialilor cumpărători (afiliați activi), respectiv vânzări sau lead-uri pentru advertiseri (afiliați productivi).
Număr de click-uri	Numărul total de accesări ale site-urilor advertiserilor din partea cumpărătorilor țintă, generate prin promovarea online a afiliaților platformei 2Performant, într-o perioadă dată de timp.
Număr de lead-uri	Numărul total de comisioane de tip lead.
Număr de vânzări	Numărul de vânzări obținute de advertiseri într-o anumită perioadă de timp, prin afiliații 2Performant
Valoare vânzări (EUR)	Valoarea totală a vânzărilor generate de afiliații 2Performant într-o perioadă dată de timp, în beneficiul advertiserilor care derulează programe prin platforma 2Performant
Valoare comisioane (EUR)	Valoarea totală a comisioanelor aferentă vânzărilor realizate de către advertiseri prin intermediul afiliaților platformei 2Performant

Toți acești indicatori sunt monitorizați astfel încât conducerea și echipele interne să poată identifica oportunități sau să poată reconfigura planurile tactice și strategice pentru a atinge obiectivele stabilite.

Pentru că una dintre valorile de bază ale 2Performant este transparența, o bună parte din principalii indicatori sunt disponibili fie public, fie în cadrul platformei pentru utilizatori.

Pe baza acestor indicatori de performanță cheie, se urmăresc și indicatori derivați, precum:

- Rata de conversie – respectiv, procentul din numărul de click-uri generate de afiliații 2Performant care se concretizează în tranzacție de vânzare-cumpărare între consumatorul final și advertiser;
- Valoarea medie a vânzării, calculată ca raport între volumul total al vânzărilor și numărul de vânzări, într-o anumită perioadă;
- Valoarea medie a comisionului, calculată ca raport între volumul total al comisioanelor atrase prin 2Performant și numărul total de acțiuni, într-o anumită perioadă;
- Costul estimat pe click, care apreciază o valoare medie a costului pe care un advertiser îl suportă pentru fiecare accesare a ofertei sale prin platforma 2Performant, calculat ca raport între valoarea comisioanelor atrase de afiliații 2Performant și numărul total de click-uri, în perioada de analiză.

Indicatorii operaționali cheie enumerați anterior descriu o tendință crescătoare susținută de-a lungul celor 12 ani de activitate a societății, reflectând direcția și ritmul de dezvoltare a afacerii 2Performant.

În perioada restrânsă de analiză, din anul 2017 și până inclusiv primul semestru al anului 2020, indicatorii operaționali au evoluat pozitiv, sub impactul schimbărilor de strategie care au poziționat afacerea pe o nouă tendință de creștere.



► Evoluția principalilor indicatori operaționali 2Performant, 2017 – 30.06.2020

Indicator operațional	2017	2018	2019	Δ% 2019 /2018	H1 2019	H1 2020	Δ% H1 2020 / H1 2019
Campanii active generatoare de comisioane*	628	741	767	3.51%	633	642	1.42%
Numărul total de afiliați	57.645	64.230	73.480	14,4%	69.410	78.229	+12,7%
Nr. afiliați activi* (generatori de click)	6,741	7,192	7,777	8.13%	6,000	6,523	8.72%
Nr. afiliați productivi* (generatori de comisioane)	2,682	2,761	2,983	8.04%	2,237	2,533	13.23%
Nr. click-uri**	48.590.638	45.971.064	49.446.234	7,6%	22.804.152	26.734.390	+17,2%
Nr. lead-uri**	51.278	66.230	157.953	138,5%	72.684	81.279	+11,8%
Nr. vânzări**	802.458	678.679	794.346	17%	330.699	487.464	+47,4%
Valoare vânzări** (eur)	32.831.417	29.738.450	37.349.987	25,6%	14.763.529	23.214.801	+57,2%
Valoare totală comisioane** (eur)	2.253.036	2.334.038	2.923.121	25,2%	1.203.318	1.691.360	+40,6%

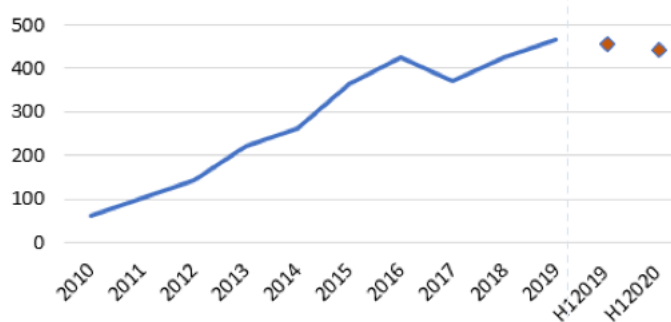
* - valoare medie anuală

** - valoarea cumulată în perioada de analiză

Sursa: 2Performant

Numărul mediu lunar de afaceri care derulează activ campanii de marketing afiliat și înregistrează vânzări prin platforma 2Performant a crescut de la an la an, ajungând de aproape 8 ori mai mare în anul 2019, față de anul 2010. Rata de creștere în anul 2019 față de anul anterior a fost de 9,6%, iar rata medie anuală de creștere în perioada 2017-2019 a fost de 12,1%.

Numărul mediu lunar de advertiseri activi generatori de comisioane

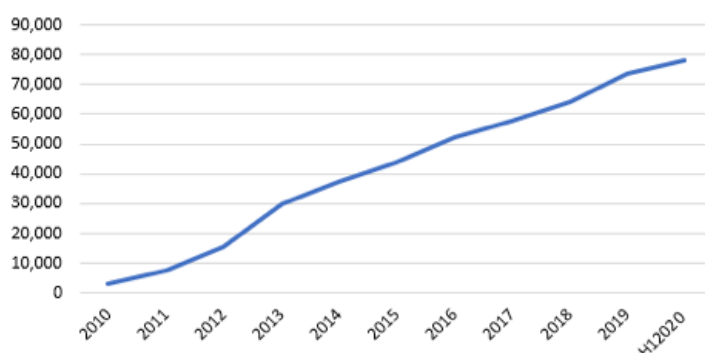


Introducerea și revizuirea sistemului de abonament au determinat decizia advertiserilor mai mici marginal activi de a renunța la afiliere, care s-a reflectat în scăderea cu 3,6% a indicatorului la 30.06.2020 în raport cu aceeași perioadă a anului anterior. În același timp, însă, planul tarifar pe bază de abonament a crescut semnificativ calitatea și productivitatea relației cu advertiserii.

Pe domeniul de vânzări, cele mai mari creșteri în primul semestru al anului 2020, față de aceeași perioadă a anului 2019, au fost înregistrate de campaniile din segmentul Sports & outdoor (+340% număr accesări, +972% număr vânzări și +481% valoare comision generat), urmate de cele din sectorul Beauty (+183% nr accesări, +261% nr. vânzări și +259% valoare comision generat). În aceeași perioadă, segmentul de Fashion, cu ponderea cea mai mare în total număr de accesări, de vânzări și în valoarea comisiunilor generate, a înregistrat o creștere de 37,2% după numărul de vânzări și de 25,1% după valoarea comisionului.

Numărul total de persoane care au deschis un cont de afiliat în platforma 2Performant a crescut, în medie, cu 12,9% anual în perioada 2017-2019, ajungând la peste 78.000 la jumătatea anului 2020. Platforma este tot mai populară între afiliații profesioniști, mai ales din perspectiva transparenței, a sistemului de comisionare și plată, precum și a funcționalităților platformei.

Numărul total de afiliați



Cu o rată de creștere medie anuală compusă de 6,2% și, respectiv de 5,3% în perioada 2017-2019, valorile indicatorilor privind **numărul mediu lunar al persoanelor cu cont de afiliat pe platforma 2Performant care au generat click-uri și/sau comisioane** a atins vârful de maxim în luna mai a anului 2020, ajungând la 3.910 și, respectiv, 1.472 afiliați.

Primul semestru al anului 2020 a încurajat puternic comerțul online și, în același timp, activitatea de marketing online, ca efect al pandemiei COVID-19 asupra comportamentului consumatorilor și al schimbării contextului din piața muncii. Aceasta s-a reflectat în intensificarea activității afiliaților și a business-urilor online.

În primele 6 luni ale anului 2020, **numărul total de accesări (click-uri)** generate pentru advertiseri de către specialiștii în marketing afiliat din platforma 2Performant a crescut cu 17,2% față de aceeași perioadă a anului anterior, o rată de creștere de 2,3 mai mare față de creșterea anuală din 2019 în raport cu anul anterior.

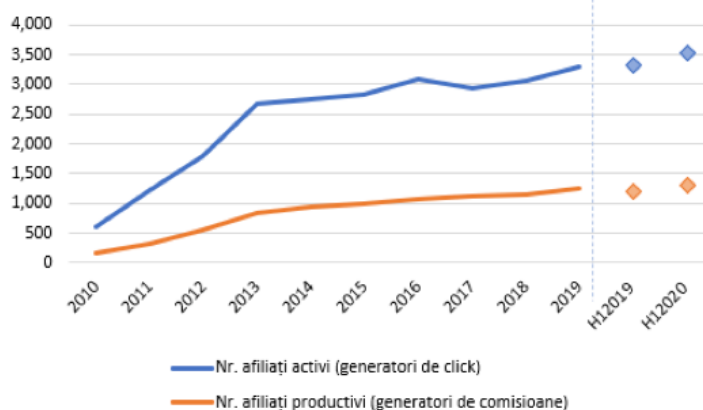
Rata de conversie a click-urilor în vânzări în primul semestru din anul 2020 a fost, în medie, de 1,8%, cu 0,34 p.p., respectiv cu 23,7% mai ridicată față de rata de conversie medie calculată pentru primele șase luni ale anului 2019.

Numărul de vânzări, respectiv de tranzacții efectiv încheiate între consumatorii finali și advertiseri prin afiliații 2Performant, precum și **valoarea acestor vânzări** reprezintă probabil cel mai important indicator pentru campaniile de marketing derulate prin platforma 2Performant, atât din perspectiva afacerilor online și a celor care le promovează, cât și a platformei.

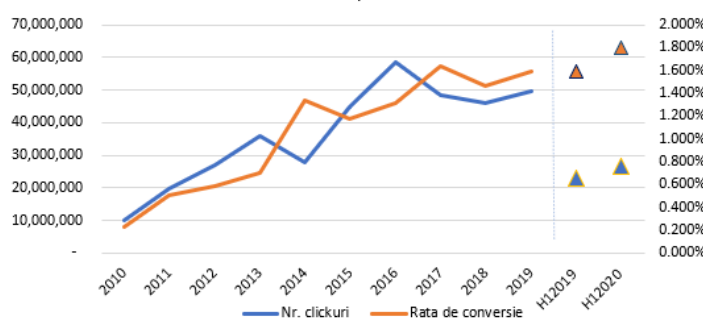
În valoare de 37,3 mil. euro în anul 2019, cu o rată de creștere medie anuală compusă de 6,7% în perioada 2017-2019, dinamica vânzărilor înregistrate de business-urile online prin platforma 2Performant reflectă ritmul de creștere a afacerii, dar și evoluția segmentului de vânzări online în România pe fondul consolidării securității tranzacțiilor online, a îmbunătățirii experienței clientului magazinelor digitale și, în consecință, a creșterii apetitului consumatorului pentru achiziții online.

Anul 2018 evidențiază efectele deciziei strategice de concentrare asupra marketingului afiliat, activitatea de marketing digital de tip servicii pay-per-click fiind diminuată inițial, apoi vândută către o companie specializată. De asemenea, în același an 2018, 2Performant finalizează o investiție din fonduri proprii de 250.000 euro și și lansează divizia de Influencer Marketing, un nou mod de colaborare între advertiseri și specialiști prin aceeași platformă, 2Performant.com.

Nr. mediu lunar de afiliați activi și afiliați generatori de comisioane



Nr. anual de click-uri și rata medie de conversie



Indicatori de rezultat - campanii prin 2Performant



Impactul pandemiei COVID-19 asupra comportamentului de consum al populației în condițiile suspendării a comerțului offline și restricționării mobilității consumatorilor a contribuit la evoluția societății din primul semestru al anului 2020. Volumul vânzărilor cumulat pentru primele șase luni ale anului 2020 a fost cu 57,2% mai mare comparativ cu aceeași perioadă a anului anterior, iar numărul de tranzacții aferent, cu 47,4%. Majorarea valorii medii a unei tranzacții se explică prin prisma naturii principalelor categorii de campanii reprezentate în portofoliul 2Performant – Fashion; Books, Movies & Music; Beauty; Home & Garden; Electronics IT&C – sectoare de interes sporit în condiții de diminuare a intensității activității profesionale și de intensificare a activităților tip „leisure”, la nivel individual și de gospodărie.

Din perspectiva veniturilor directe pentru afiliații platformei dar și pentru 2Performant, indicatorii relevanți sunt **valoarea comisioanelor atrase și valoarea medie lunară a comisionului pe vânzare**.

Într-o corelație directă cu evoluția vânzărilor realizate de advertiseri prin platforma 2Performant, valoarea totală a comisioanelor generate a crescut cu o rată medie anuală de 14% în perioada 2017-2019, în timp ce primele șase luni ale anului 2020 au generat comisioane cu 40,6% mai mari față de aceeași perioadă a anului anterior. Evoluția valorii medii lunare a comisionului pe vânzare este o funcție de mai mulți factori de natură contextuală, printre care

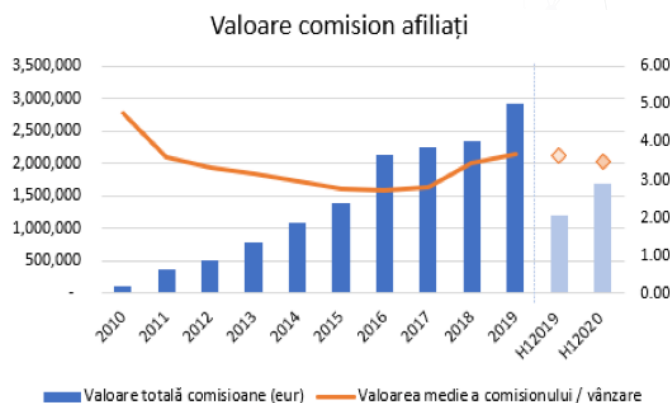
- evoluția prețurilor pe piața în expansiune a marketingului afiliat, tot mai concurențială atât din perspectiva afiliaților, cât și a afacerilor care doresc să își dezvolte segmentul de vânzări online și marketing digital
- modificările de structură a vânzărilor pe categorii de campanii, comisioanele variind de la un sector de activitate la altul în rândul advertiserilor etc.

După o creștere susținută importantă în perioada 2017-2019 calculată ca rată de creștere anuală compusă de 7,6% pe an, în timp ce primul semestru al anului 2020 a adus creșteri importante la nivelul numărului și volumului de vânzări, valoarea medie a comisionului pe vânzare s-a diminuat ușor în raport cu primul semestru al anului 2019 (-1,1%).

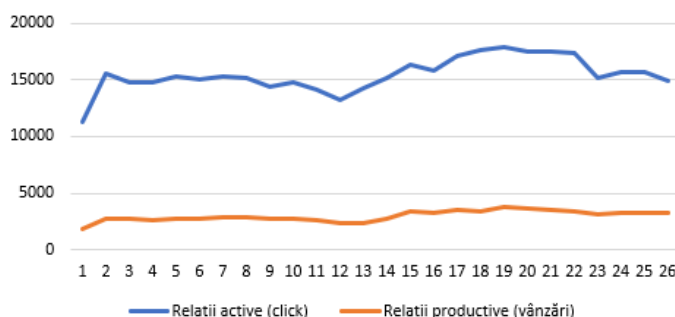
Indicator relevant pentru industria marketingului digital, **costul pe accesare (Cost-per-click)** raportează valoarea comisioanelor plătite de advertiseri la numărul de accesări (click-uri) ale paginilor magazinelor online prin activitatea de promovare a afiliaților 2Performant. Nivelul acestui indicator explică avantajul competitiv și atractivitatea platformei 2Performant pentru firmele cu vânzare online în raport cu alte forme sau intermediari de marketing afiliat, care propune un sistem propriu de comisionare prin care se gratifică – și stimulează – activitatea de promovare exclusiv generatoare de venituri directe pentru advertiseri.

De asemenea, echipa de management analizează în profunzime eficiența și calitatea interacțiunilor dintre advertiseri și afiliați, pentru a determina cele mai productive sectoare, cele mai eficiente relații, precum și cauzalitățile aferente.

În primul semestru al anului 2020, **numărul săptămânal de relații active** (generatoare de click-uri) între afiliați și advertiseri a variat între 11.309, o valoare minimă atinsă în prima săptămână a lunii ianuarie, și 17.898, un nivel de maxim înregistrat în prima săptămână a lunii mai. Numărul de relații între afiliați-advertiseri generatoare de vânzări a variat între 1.865 și 3.758, niveluri de minim și maxim atinse în aceleași săptămâni ca în cazul relațiilor active. În luna mai s-au înregistrat cele mai mari creșteri, de la an la an, în ceea ce privește relațiile afiliați advertiseri. Numărul de relații generatoare de

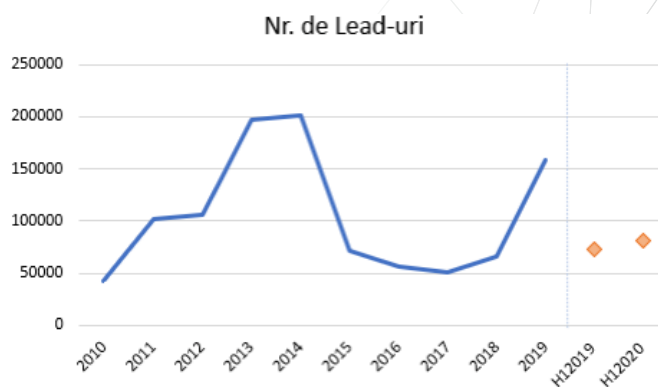


Evoluția săptămânală a relațiilor afiliați - advertiseri (sem I 2020)



accesări (click-uri) a crescut săptămânal, în medie, cu 24% în timp ce numărul de relații generatoare de vânzări a crescut săptămânal, în medie, cu 34,7%.

De asemenea, **numărul de lead-uri**, respectiv numărul de noi contacte sau clienți potențiali identificați pentru advertiseri – un indicator de performanță relevant într-o campanie de marketing online – a crescut de 2,4 ori în anul 2019, față de anul anterior. Această dinamică a fost susținută mai ales de cel de-al doilea semestru al anului 2019, când valoarea cumulată a indicatorului pentru aceste luni a fost de 2,2 ori nivelul anului anterior. În anul 2020, luna aprilie marchează o valoare cu 45.2% mai mare decât aceeași perioadă a anului 2019, iar rata de creștere pentru primul semestru a fost de 12%, în raport cu primul semestru al anului 2019.

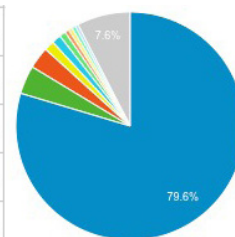


În ceea ce privește **divizia de influencer marketing** a platformei, aflată într-un proces incipient dar accelerat de dezvoltare, în prezent 2Performant are peste 600 de conturi de influenceri cu experiență în campanii. În medie, audiența acestora în social media este semnificativă: 33.810 pe Facebook, 36.140 pe Instagram, 65.290 pe bloguri și 106.130 pe Youtube.

Pentru optimizarea experienței afiliaților și advertiserilor ca parteneri 2Performant, precum și pentru o înțelegere mai completă a comportamentelor și profilurilor din segmentele țintă pe care le vizează, societatea urmărește statisticile oferite de **Google Analytics** referitoare la numărul de utilizatori ai platformei analizat după categoria de vârstă, țara de proveniență, sex, segmentul de interes dar și intervalul orar al accesărilor.

Potrivit acestora, dintre utilizatorii care au accesat 2Performant.com în primele șase luni ale anului 2020, segmentul de vârstă cel mai bine reprezentat este cel al tinerilor cu vârsta între 25 și 34 ani (38.91%), urmat de intervalul 35-44 ani (23.09%), în timp ce 16.30% aparțin grupei de vârstă 18-24 ani. După distribuția pe sexe, 55,5% sunt persoane de sex feminin. Din totalul utilizatorilor, 79,64% au accesat site-ul 2Performant din România, 4,02% din Statele Unite, 3,07% din Bulgaria, 1,42% din Marea Britanie și 1,31% din Germania. În total, 2Performant.com a fost accesată în această perioadă din 178 de țări. În România, cele mai multe accesări au fost din București (38.03%), urmat de Timiș (7.36%), Cluj (6.42%), Iași (5.10%) și Brașov (4.60%). Datele statistice prezentate s-au calculat pe eșantioane reprezentând 38% din utilizatorii platformei.

1.	 Romania	79.64%
2.	 United States	4.02%
3.	 Bulgaria	3.07%
4.	 United Kingdom	1.42%
5.	 Germany	1.31%



21. Scurtă analiză economico-financiară

Prezentul capitol, precum și orice altă informație de natură economico-financiară din Memorandum, se bazează pe situațiile economico-financiare anuale întocmite în conformitate cu legislația în vigoare pentru perioada 2017–2019 și situațiile semestriale încheiate la 30.06.2019 și 30.06.2020. Situațiile financiare anuale au fost auditate, opinia auditorului fiind fără rezerve pentru fiecare dintre exercițiile financiare 2017, 2018, 2019.

Potrivit acesteia, situațiile financiare au fost întocmite, sub toate aspectele semnificative, și prezintă poziția financiară a Societății, precum și performanța sa financiară, fluxurile de trezorerie în conformitate cu Ordinul Ministrului Finanțelor Publice din România nr. 1802/2014 cu modificările ulterioare.



21.1. Performanța financiară

INDICATOR	31 Decembrie			%Δ 2019/2018	30 Iunie		%Δ H1 YOY
	2017	2018	2019		2019	2020	
Cifra de afaceri	13.028.576	12.890.415	15.528.123	20,46%	6.729.330	9.248.127	+37,4%
Venituri din producția de imobilizări necorporale și corporale	643.598	1.230.733	955.055	-22,40%	458.020	462.848	+1,05%
Alte venituri din exploatare	5.903	19.579	32	-99,84%	32	6.355	+19759,4%
Venituri din exploatare - Total	13.678.077	14.140.727	16.483.210	+16,57%	7.187.382	9.717.330	+35,2%
Cheltuieli cu materii prime, materiale și energie	114.881	94.459	77.805	-17,63%	39.880	36.614	-8,19%
Cheltuieli cu personalul	878.728	1.643.109	2.346.559	+42,81%	1.141.360	1.336.122	+17,06%
Cheltuieli cu amortizarea și ajustările de valoare	403.854	729.845	452.393	-38%	195.122	316.872	+53,6%
Alte cheltuieli de exploatare	12.161.606	11.970.153	12.740.796	+6,43%	5.794.676	7.853.875	+35,5%
Cheltuieli din exploatare - Total	13.566.874	14.436.401	15.617.553	+8,18%	7.171.038	9.543.483	+33,1%
Rezultat din exploatare	111.203	(295.674)	865.657	-	16.344	173.847	+963,7%
Venituri financiare	2.306	3.842	13.624	+254,6%	9.419	13.408	+42,5%
Cheltuieli financiare, din care	18.522	40.365	70.756	+75,29%	37.496	14.220	-62,1%
Cheltuieli privind dobanzile	4.503	21.967	40.081	+82,46%	20.115	1.520	-92,4%
Rezultat Financiar	(16.216)	(36.523)	(57.132)	-	(28.077)	(812)	-
Venituri totale	13.680.383	14.144.569	16.496.834	+16,63%	7.196.801	9.730.738	+35,2%
Cheltuieli totale	13.585.396	14.476.766	15.688.309	+8,37%	7.208.534	9.557.703	+32,6%
EBT	94.987	(332.197)	808.525	-	(11.733)	173.035	-
EBIT	99.490	(310.230)	848.606	-	8.382	174.553	-
EBITDA	416.029	413.178	1.312.202	+217,59%	214.707	491.425	+128,9%
Profit Brut	94.987	(332.197)	808.525	-	(11.733)	173.035	-
Impozit	40.174	16.076	107.072	+566%	-	25.100	-
Profit net	54.813	(348.273)	701.453	-	(11.733)	147.935	-
Marja EBITDA	3,13%	3,02%	3,10%	-	3,10%	8,06%	+160%
Marja netă	0,42%	-	4,52%	-	-	1,60%	-

Creșterea cu 20,5% a cifrei de afaceri în exercițiul financiar 2019 față de cel anterior reflectă intensificarea activității de marketing afiliat în ritm cu dezvoltarea segmentului de e-commerce din România, ca urmare a implementării strategiei de expansiune a afacerii și a începutului capitalizării veniturilor aferente ultimului proiect investițional, divizia de influencer marketing. Lansat în 2018, segmentul de influencer marketing contribuie, la 31.12.2019, cu 2,49% în total cifra de afaceri.

În anul 2019, veniturile din producția de imobilizări necorporale, care reprezintă valoarea eforturilor investiționale în optimizarea și/sau dezvoltarea platformei, se diminuează cu 22,40% față de anul 2018. Această dinamică reflectă, într-o măsură importantă, renunțarea la segmentul de business Pay-per-Click, decizie care a condus la anularea investițiilor pentru dezvoltarea acestui segment, în anul 2019 și, respectiv, diminuarea în egală măsură a veniturilor înregistrate din producția de imobilizări. Mai mult, odată ce platforma 2Performant a ajuns deplin funcțională, investițiile necesare sunt orientate preponderent spre optimizare și integrarea segmentului de Influencer Marketing. Societatea începe, astfel, să monetizeze investițiile anterioare în dezvoltarea platformei, prin creșterea cifrei de afaceri.

Principala categorie de cheltuieli de exploatare, prin natura sa încadrată în categoria „cheltuielilor privind prestațiile externe”, este reprezentată de cheltuielile privind comisioanele convenite afiliaților și influencerilor 2Performant. În pondere de 69,2% din total cheltuieli de exploatare la 31.12.2019, aceste cheltuieli evoluează corelat cu dinamica veniturilor din activitatea platformei.

Alte subcategorii de cheltuieli semnificative în totalul „cheltuielilor privind prestațiile externe” sunt cheltuielile cu campaniile de marketing și promovare, respectiv cheltuielile cu colaboratorii, care reprezintă 20,5% și, respectiv, 21,5% din valoarea celorlalte cheltuieli privind prestațiile externe (nete de comisioanele achitate utilizatorilor platformei).



Evoluția în dinamică și structură a cheltuielilor operaționale reflectă intensificarea activității de investiții în produsul 2Performant în perioada de analiză. În timp ce, în anul 2019 comparativ cu exercițiul anterior, cheltuielile cu materii prime și materiale consumabile rămân relativ constante (+0,76%), cheltuielile cu personalul – activul principal generator de inovație, performanță și avantaj competitiv – se majorează cu 42,8% și ajung la un nivel de 2,7 ori mai mare decât cel înregistrat în anul 2017. Având în vedere faptul că numărul mediu de angajați a rămas constant în perioada 2018-2019, dinamica cheltuielilor cu personalul în cursul anului 2019 reflectă orientarea politicilor de recrutare și retenție a personalului spre perfecționarea și creșterea intensivă, calitativă a resursei umane. Din punct de vedere structural, ponderea cheltuielilor cu personalul în total cheltuieli de exploatare a fost de 15,03% în 2019, cu 3,64 p.p peste proporția aferentă anului 2018, și cu 8,55 p.p peste cea din 2017.

Creșterea veniturilor din exploatare (16,57%) într-un ritm mai alert față de cel aferent creșterii cheltuielilor din exploatare (+8,18%) generează un profit operațional de 865,6 mii lei la 31.12.2019.

Veniturile financiare cresc de peste 3 ori în anul 2019 comparativ cu 2018, fiind constituite integral din diferențe favorabile de curs valutar. Cheltuielile de natură financiară sunt generate în proporție de 56,65% de cheltuielile privind dobânzile, la care se adaugă diferențele nefavorabile de curs valutar. Nivelul mai ridicat al cheltuielilor financiare, în asociere cu o creștere de 75,29% a acestora în 2019 față de 2018, determină un rezultat negativ al activității financiare.

Rezultatul operațional pozitiv, ajustat cu pierderea din activitatea financiară, generează, la sfârșitul exercițiului financiar al anului 2019, un profit brut de 808,5 mii lei. Marja netă a profitului raportat de 2Performant la 31.12.2019 a fost de 4,52%, iar marja EBITDA, de 8.06%.

La 30.06.2020, accelerarea comerțului online determinată atât de cursul firesc al comportamentului de consum orientat tot mai mult spre digital, cât și de contextul epidemiologic, se imprimă în variația cifrei de afaceri a societății, aceasta majorându-se cu 37,43% față de aceeași perioadă a anului precedent. Cheltuielile de exploatare cresc cu 33,08% în primul semestru al anului 2020 comparativ cu anul 2019, impulsionate de intensificarea comisionării la nivel de afiliați. Profitul operațional la jumătatea anului curent a crescut de peste 10 ori comparativ cu aceeași perioadă a anului precedent, iar pierderea financiară s-a diminuat de la 28 mii lei la 812 lei. Rezultatul net aferent primului semestru al anului curent a fost pozitiv, în valoare de 147,9 mii lei.

21.2. Poziția financiară

INDICATOR	2017	2018	2019	%Δ 2019/2018	30.06.2019	30.06.2020
Imobilizări necorporale	1.374.123	1.890.769	2.389.312	+26,37%	2.146.132	2.537.013
Imobilizări corporale	13.808	10.275	3.192	-68,93%	6.606	1.466
Imobilizări Financiare			-	-		-
Active Imobilizate - Total	1.387.931	1.901.044	2.392.504	+25,85%	2.152.738	2.538.479
Stocuri		516	-	-		-
Creanțe	1.824.085	1.510.369	1.961.148	+29,85%	1.418.403	1.652.489
Investiții pe termen scurt			-			
Casa și conturi la bănci	233.437	148.673	348.421	+134,4%	188.340	686.515
Active Circulante (curente) - Total	2.057.522	1.659.558	2.309.569	+39,17%	1.606.743	2.339.004
Cheltuieli în avans	115.328	34.647	9.421	-72,8%	13.518	6.730
TOTAL ACTIV	3.560.781	3.595.249	4.711.494	+31,05%	3.772.999	4.884.213
Datorii curente (exigib. < 1 an)	2.174.325	2.458.159	2.442.928	-0,62%	2.599.895	2.524.380
Datorii pe termen lung (exigib. >1 an)	146.235	79.286	-	-	37.881	
Datorii Totale	2.320.560	2.537.445	2.442.928	-3,72%	2.637.776	2.524.382
Provizioane	26.930	26.797	26.797	-	26.797	26.797
Venituri în avans	453.386	619.375	1.112.608	+79,63%	708.528	1.055.940
Capital Propriu, din care:	759.905	411.632	1.129.161	+174,3%	399.898	1.277.096
Capital social	100.000	100.000	100.000	-	100.000	100.000
Prime de capital	653.250	653.250	653.250	-	653.250	653.250
Rezerve	20.000	20.000	20.000	-	20.000	20.000
Rezultatul reportat	(68.158)	(13.345)	(345.542)	-	(361.618)	355.911
Rezultatul exercițiului	54.813	(348.273)	701.453	-	(11.734)	147.933
TOTAL PASIV	3.560.781	3.595.249	4.711.494	+31,05%	3.772.888	4.884.213

Activele imobilizate, cea mai importantă categorie de active (50,78%), sunt constituite în proporție de 99% din imobilizări necorporale. Astfel, cel mai de preț activ al societății este tehnologia dezvoltată și absorbită in-house, prin competențele și expertiza resursei umane. Creșterea cu 26,37% a valorii acestora în 2019 față de 2018 reflectă investițiile efectuate în dezvoltarea platformei digitale, obiectiv strategic asumat de către conducere.

Valoarea activelor circulante, în pondere de 49,2% din activele totale ale societății la 31.12.2019, s-a înscris pe o tendință crescătoare, ca urmare a majorării valorii creanțelor (+29,85%) care deține ponderea cea mai semnificativă în total active curente (84,91%). Variația creanțelor reflectă dinamica de ansamblu la nivelul afacerii, unde vânzările au crescut cu 20,46%. Deși valoarea creanțelor crește, ponderea acestora în total active curente se diminuează, fiind cu 6,10 p.p sub nivelul înregistrat în 2018. Această modificare structurală a fost determinată de majorarea proporției disponibilităților bănești în clasa activelor curente, de la 8.96% în anul 2018 la 15.09% în 2019, în linie cu politica de accelerare a fluxurilor de numerar. Sistemul de plată prepay al advertiserilor se subordonează acestei politici, alternativa de plată în sistem „post-pay” fiind accesibilă în general condiționat, doar acelor advertiseri care au un istoric de plată corespunzător și volume semnificative. Așadar, la 31.12.2019 creanțele comerciale reprezentau 96,85% din totalul subclasei drepturilor de încasare. Pe de altă parte, proporția clienților incerti în totalul creanțelor se reduce de la 12,85% în 2018, la 9,94% în 2019.

Resursele financiare aflate la imediata dispoziție a societății s-au dublat în 2019 comparativ cu 2018, cu efecte favorabile asupra lichidității 2Performant.

La 30.06.2020, valoarea activului total s-a majorat cu 29,45% față de aceeași perioadă a anului precedent. Această variație a fost generată de creșterea valorii activelor curente cu 45,57%, în acord cu intensificarea activității operaționale. În egală măsură, aprecierea valorii imobilizărilor necorporale cu 18,21% se imprimă asupra evoluției activelor totale.

Datoriile totale ale societății, la 31.12.2019, cumulează 2.442 mii lei, în scădere cu 3,72% față de anul 2018. Sursele externe de finanțare a activității societății sunt cu exigibilitate de sub 1 an, influențând pozitiv solvabilitatea emitentului pe termen lung. Ponderea datoriilor totale în total pasiv a fost de 51,85% la 31.12.2019, cu 18,73 p.p sub proporția aferentă anului 2018. La nivel structural, datoriile curente sunt constituite, în principal, din furnizori (54,72%), clienți creditori (13,94%) și remunerația datorată personalului (5,10%).

Prima jumătatea a anului 2020 menține coordonatele structurii de finanțare inițiate în 2019, datoriile totale, reprezentate integral de datorii curente, fiind în scădere cu 113,4 mii lei față de aceeași perioadă a anului 2019.

Privind retrospectiv, valoarea capitalurilor proprii s-a dublat în 2019 comparativ cu 2018, atingând valoarea de 1.129 mii lei. Drept urmare, ponderea resurselor proprii în total pasiv se majorează cu 12,52 p.p. în aceeași perioadă. Valoarea capitalurilor proprii capitalizează rezultatul exercițiului financiar 2019, reprezentat de un profit net de 1.129 mii lei, toate celelalte elemente de capital rămânând constante.

Menținerea unei activități profitabile în primele 6 luni ale anului curent determină, prin capitalizare, o creștere de peste 3 ori a capitalurilor proprii la 30.06.2020 față de aceeași perioadă a anului 2019. În egală măsură, proporția acestora în total surse de finanțare crește de la 10,60% în 2019 la 26,15% în 2020, intensificând autonomia financiară a societății.

De asemenea, veniturile în avans cresc constant în perioada de analiză, depășind 1,1 mil. lei la 31.12.2019, o valoare cu 79,6% mai mare față de exercițiul anterior și de 2,5 ori mai mare față de nivelul aferent anului 2017. Această dinamică reflectă creșterea preferinței pentru abonamentele de tip prepaid în rândul noilor advertiseri, atât pentru beneficiile nete asociate cât și ca expresie a consolidării relațiilor de colaborare cu aceștia. Creșterea valorii veniturilor în avans antrenează creșterea lichidității și o mai mare flexibilitate și predictibilitate la nivelul gestionării fluxurilor de numerar.



21.3. Indicatori economico-financiar

INDICATORI de lichiditate, solvabilitate și risc	INTERVAL OPTIM	2017	2018	2019	30.06.2019	30.06.2020
Lichiditate curentă (AC/DC)	>2	0.95	0.68	0.95	0.62	0.93
Lichiditate imediată (AC-Stocuri)/Datorii curente	>1	0.95	0.67	0.95	0.62	0.93
Lichiditate rapidă (Disponibilități/Datorii curente)	>0,5	0.11	0.06	0.14	0.07	0.27
Solvabilitate financiară (TA/TD)	>1	1.53	1.42	1.93	1.43	1.93
Solvabilitate patrimonială (Cap. Proprii/ Cap. Proprii +TD)	>30%	21.34%	11.45%	23.97%	10.60%	26.15%
Ind. gradului de îndatorare (DTL/Cap Proprii+DTL)	<50%	16.14%	16.15%	0.00%	8.65%	0.00%
Rata de îndatorare (DT/TA)*100	<80%	65.17%	70.58%	51.85%	69.91%	51.68%
Datorii / Capitaluri proprii	< 1	0.65	0.71	0.70	0.70	0.52

Indicatorul lichidității curente, precum și al lichidității imediate în condițiile unor stocuri de valoare nesemnificativă, care reflectă capacitatea societății de a-și îndeplini obligațiile financiare pe termen scurt pe seama activelor sale curente, înregistrează o dinamică favorabilă în anul 2019 comparativ cu 2018. Consolidarea bonității pe termen scurt cu 40% în anul 2019 față de anul 2018 a fost determinată de evoluția ascendentă a valorii activelor circulante (+39,17%), în timp ce finanțarea externă pe termen scurt a acestora se situează pe o pantă descendentă (-0,62%).

Deși sub nivelul considerat optim, nivelul lichidității rapide marchează o creștere în 2019 față de 2018, trezoreria acoperind 14% din datoriile curente, cu 8 p.p peste capacitatea de acoperire din 2018.

Din perspectiva solvabilității, societatea își îmbunătățește poziția financiară de la o perioadă la alta. Concret, la 31.12.2019, capacitatea societății de a face față tuturor obligațiilor de plată, exprimată prin indicatorul solvabilității financiare, se situează cu 0,93 peste nivelul minim considerat de risc. Dublarea valorii capitalurilor proprii în 2019 comparativ cu 2018 determină aceeași dinamică la nivelul solvabilității patrimoniale, acesta situându-se cu 6,03 p.p sub pragul minim de referință. Intensificarea proporției în care finanțarea activității este asigurată din fonduri proprii determină o reducere a ratei de îndatorare cu 26,53% în 2019 față de 2018.

Valorile reduse până la nule ale datoriilor pe termen lung precum și ponderea redusă a datoriilor pe termen scurt în structura de finanțare a societății au menținut indicatorii gradului de îndatorare constant și semnificativ sub nivelul minim considerat de risc, relevând politica centrată pe consolidarea independenței financiare a conducerii. De asemenea, gradul redus de îndatorare reflectă și accesul facil, în viitor, la finanțare externă pe termen lung.

La nivel semestrial, lichiditatea curentă crește cu 49,93% în primele șase luni ale anului 2020 față de aceeași perioadă a exercițiului anterior, în timp ce lichiditatea rapidă crește de peste 3 ori. Societatea își îmbunătățește, de asemenea, echilibrul financiar pe termen lung, prin majorarea solvabilității patrimoniale și financiare cu 146,7%, respectiv cu 32,27% și diminuarea ratei de îndatorare cu 26,07%, în primul semestru al exercițiului curent comparativ cu cel precedent.



22. Politica și practica privind prognozele

După admiterea la tranzacționare, Societatea va publica, periodic, rapoarte referitoare la rezultatele financiare obținute în perioada de raportare. Acestea vor cuprinde elementele de prognoză aferente Bugetului anual de venituri și cheltuieli, precum și aspecte comparative între datele previzionate și rezultatele efective ale 2Performant Network S.A. Politica privind prognozele va fi publicată pe pagina de internet a societății, potrivit cu cerințele de bună practică în guvernanta corporativă.

23. Politica și practica privind dividendele

Hotărârea repartizării rezultatului exercițiilor financiare este în competența Adunării Generale Ordinare Anuale a Acționarilor 2PERFORMANT NETWORK S.A. Având în vedere sectorul tehnologic în care activează emitentul și profilul de societate focalizată pe creștere accelerată pentru securizarea și multiplicarea avantajelor competitive pe o piață extrem de dinamică, precum și nevoia de finanțare a societății pentru implementarea strategiei de dezvoltare, conducerea 2Performant ia în considerare să propună, pe termen scurt-mediu, menținerea politicii de reinvestire a profitului pentru maximizarea creșterii potențiale.

24. Planul de dezvoltare a afacerii

2Performant își construiește și modelează strategia de dezvoltare pe atuurile câștigate și bine securizate în rolul de inițiator, promotor, dezvoltator și lider al pieței de marketing afiliat în România.

Avantajele competitive, vectori de creștere pe termen mediu și lung, sunt generate, în cea mai mare măsură, de însuși (I) modelul de business și (II) poziția concurențială a 2Performant:

► I – Diferențiatori generați de modelul de business

● Tehnologia proprie

- inovativă, scalabilă, continuu optimizată și proiectată să integreze ultimele dezvoltări și inovații în domeniu;
- flexibilitate în sensul adaptării modelului la nevoile, cerințele și preferințele utilizatorilor;
- componentă importantă de self-service însoțită de suport consistent și prompt, în baza abonamentelor pre-paid;
- abordare de tip gamification;
- platformă care permite operarea simultană pe și din mai multe piețe, fiind în limba engleză și având posibilitatea de tranzacționare în euro;
- arhitectura platformei, care permite și dezvoltarea de noi modele de colaborare între utilizatori pe lângă modelele de marketing afiliat și cel de influencer marketing.

● **Comunitatea largă de afiliați, advertiseri și influenceri** 2Performant, caracterizată prin adevărate loialitate, implicare activă în platformă și creștere continuă, ca o consecință a mixului de avantaje competitive generate de diferențiatorii pe plan tehnologic și al modelului de business

● **Modelul de business, cu clienți dintr-o varietate largă de sectoare de activitate și cu o structură de cost și un sistem de comisionare** avantajos pentru toate părțile implicate: advertiseri, afiliați și 2Performant

● Modelul de colaborare cu utilizatorii platformei

- termene de plată, suport, sistem motivațional
- schema de tarificare
- transparență și competiție corectă
- flexibilitate în sistemul de plăți și decontare



► II – Avantaje competitive asigurate de poziția pe piață

- poziția de formator, dezvoltator și lider necontestat pe piața internă
- portofoliul regional de utilizatori deja format, ca urmare a pătrunderii pe piețe externe
- experiența cu intrarea pe, și adaptarea la piețe noi
- colaborarea cu parteneri strategici internaționali, precum Tradedoubler, profitabile în perspectiva atragerii de advertiseri mari cu brand puternic și cu potențial ridicat de generare de vânzări

Echipa de strategie a 2Performant acționează versatil și flexibil, identificând în mediul extern oportunitățile care să valorifice la maxim sistemul de avantaje competitive și, în același timp, să îl potențeze în mod sinergic.

Direcțiile de consolidare și dezvoltare a business-ului sunt gândite pe termen lung (pentru perioada 2020-2025) având obiectivul de a deveni un partener strategic pentru activitatea de marketing a brandurilor din e-commerce și din alte industrii cu potențial de tracțiune mare în mediul online, din România și din regiunea Europei Centrale și de Est. În același timp, 2Performant își propune să își mențină poziția de lider al pieței locale de marketing afiliat și să continue să conducă prin educație și responsabilitate. Aceste direcții sunt un rezultat al viziunii despre „uberizarea” marketingului digital și asimilează tendințele și cerințele observate și analizate la nivel de sector:

- Migrarea talentelor digitale către gig economy, schimbarea raporturilor de muncă și nevoia de transparență
- Multitudinea de canale de comunicare și nevoia de know-how specializat aprofundat pentru fiecare canal în activitatea de marketing
- Nevoia de măsurare în marketing și de cuantificare a rezultatelor activității de marketing în business
- Fenomenul de marketing 24/7: consumatorii și brandurile nu dorm niciodată

În contextul unui model de business și al unei soluții tehnologice validate, al unei piețe pregătite și cu potențial ridicat de creștere dată fiind ponderea încă redusă a comerțului online din România comparativ cu media UE, afacerea 2Performant este pregătită să lanseze etapa de scalare și de extindere pe noi piețe geografice sau pe segmente de piață complementare.

În consecință, exercițiul de strategie a delimitat și selectat două direcții de dezvoltare cu cel mai mare impact potențial asupra afacerii:

- 1. Extinderea pe piețele din regiune printr-o abordare eficientă și rapidă, în ritm cu finanțarea obținută, pentru a susține dezvoltarea accelerată a societății și valorificarea ferestrei de oportunitate încă deschisă din punctul de vedere al concurenței și avantajelor competitive.**

Această direcție se va concretiza etapizat, odată cu utilizarea instrumentelor de finanțare prin Bursa de Valori București și cu finanțarea, și vizează următoarele opțiuni strategice:

- Încheierea de parteneriate cu advertiseri mari, cu prezență globală sau europeană, care au dezvoltat zona de marketing afiliat, precum și colaborări strategice cu parteneri internaționali care facilitează accesul la brandurile puternice. Conducerea 2Performant estimează un impact puternic asupra interesului pentru platformă pe plan atât intern cât și regional, care să conducă la formarea unei comunități de afiliați în piețele externe și consolidarea poziției pe piața internă.
- Derularea de campanii de marketing și vânzări pe piețele accesate, pentru extinderea numărului de utilizatori
- Achiziții de companii active în Europa Centrală și de Est

- 2. A doua direcție de creștere, orientată spre piața internă, presupune securizarea avantajelor strategice și a creșterii pe piața din România, valorificând modelele de colaborare deja existente în platformă. Aceasta ar asigura menținerea poziției de lider pe această piață, dar și un avantaj important la nivel regional.**

► În acest sens, 2Performant va urmări:

- creșterea volumului de vânzări generate de utilizatorii existenți, care vor fi completate de
- campanii de atragere de advertiseri (mari retailerii sau jucători importanți din e-commerce care nu au încă un program de afiliere activ), dar și de afiliați, precum și de influenceri
- alocarea de resurse pentru dezvoltarea diviziei de Influencer marketing.



► Elementele cheie de suport în implementarea acestor proiecte, vor fi

- Dezvoltarea echipelor de vânzări și business development
- Dezvoltarea echipelor de client service și suport
- Investiții în optimizarea continuă a platformei, în ceea ce privește interfața, funcționalitățile acesteia și sistemul de tracking (de monitorizare a traficului, conversiilor și vânzărilor generate de afiliați)
- Orientarea de resurse pentru vizibilitatea și intensificarea rolului de formator precum cursuri online, comunități proprii pe rețele de socializare și alte seminarii și materiale educative
- Continuarea investițiilor în activități de marketing pentru recrutarea și activarea afiliaților.

În această imagine de ansamblu asupra direcțiilor de dezvoltare ale 2Performant, **admiterea acțiunilor la tranzacționare pe Sistemul Multilateral de Tranzacționare al BVB se conturează ca un factor strategic cu efect de levier pe multiple planuri de acțiune.**

Interesul deosebit de care se bucură domeniile intensive în tehnologie în rândul investitorilor activi, orientați spre afaceri inovative cu potențial de creștere accelerată și sustenabilă pe termen mediu și lung, promovează 2Performant în prim-planul oportunităților investiționale de pe arena Bursei.

Astfel, pe de o parte, prin intermediul infrastructurii tehnice și de comunicare a BVB, convergența intereselor investitorilor potențiali cu cele ale afacerii facilitează accesul la un bazin extern important de resurse financiare pentru dezvoltarea 2Performant. Acestea vor susține cu precădere proiectele de dezvoltare accelerată a 2Performant și nu capitalul de lucru al societății.

Pe de altă parte, admiterea la tranzacționare pe SMT al Bursei de Valori București reunește două ecosisteme, două comunități socio-economice care se pot potența reciproc atât ca rol cât și ca dimensiune: comunitatea utilizatorilor 2Performant și comunitatea investitorilor la Bursa de Valori București.

De asemenea, cultura organizațională și managerială tradusă în procesele decizionale și operaționale deja existente au pregătit 2Performant să poată răspunde rigorilor și bunelor practici de comunicare, transparență și guvernare aplicabile unei societăți listate.

Pentru 2Performant, comunicarea proactivă, bidirecțională și continuă cu comunitatea de utilizatori este o practică adânc înrădăcinată, în virtutea rolului de formator, educator și dezvoltator de piață. După admiterea la tranzacționare, 2Performant se va adresa cu aceeași consistență, promptitudine, transparență și relevanță comunității de investitori. Investind toate resursele necesare pentru o relație profesionistă și personalizată cu investitorii și livrând performanță, 2Performant va urmări să câștige o poziție cât mai favorabilă pe piața de capital, în avantajul direct al investitorilor săi.

Mai mult, rolul de formator al 2Performant va merge dincolo de domeniul marketingului afiliat. 2Performant va investi în educarea nativilor digitali cu privire la piața bursieră, în următorii ani, întrucât aceștia reprezintă nu doar (potențiali) utilizatori ai platformei 2Performant, dar și viitori investitori și trendsetteri în societate.

Din punctul de vedere al impactului estimat al implementării direcțiilor strategice prezentate anterior asupra rezultatelor și performanței economico-financiare, pornind de la premisele accesului în timp util la resursele necesare și a evoluției economico-financiare fără evenimente cu impact negativ major la nivel global, regional și național, conducerea societății previzionează o creștere anuală¹⁴ medie a veniturilor de 30% în perioada 2020-2025. Acest ritm va fi susținut de o creștere medie anuală de 22% pe piața internă, însoțită de o creștere medie anuală de 65% pentru veniturile din prezența pe piețele externe, conducerea societății vizând penetrarea a 2-3 piețe noi în următorii cinci ani. De asemenea, divizia de influencer marketing se preconizează că va genera venituri în creștere anuală medie de 57% pentru primii 2 ani și de 50% în perioada 2023-2025.

Astfel, în orizontul de timp 2025, aportul activității pe piețele externe la cifra de afaceri a societății va crește de la 10% la 25%, iar segmentul de influencer marketing va deține o pondere de 6% din venituri, cu 4 p.p. mai mult decât în prezent.

Potrivit profilului de afacere de tip „growth”, focalizată, în această etapă, pe creștere accelerată intensivă și extensivă, pe investiția în inovare, optimizare și dezvoltare a soluției tehnologice, managementul 2Performant nu este orientat spre distribuirea profiturilor. Totuși, pentru anul 2025, după o perioadă de efort investițional intensiv cu rezultate nete negative în perioada 2022-2023, conducerea societății prognozează un profit net estimat la 6,8 mil. lei, de 9,7 ori valoarea profitului la 31.12.2019.

¹⁴ CAGR, rata de creștere anuală compusă



25. Factori de risc

25.1. Riscuri sistemice privind Emitentul

Riscurile sistemice sunt cele provocate de evoluția evenimentelor politice și economice care influențează în mod obiectiv, într-un sens sau altul, întreg sistemul economic al unei unități geo-politice. Riscul sistemic este nediferențiat și nu poate fi prevenit.

► Riscul de țară

Surprinde susceptibilitatea ca la nivelul statului de rezidență al Emitentului să survină dificultăți în onorarea angajamentelor financiare, afectând toate instrumentele financiare interne, cât și unele instrumente externe. Impactul acestui risc are caracter general, generând efecte echidistante pentru toate sectoarele și domeniile de activitate. În contextul actual intern caracterizat de instabilitate politică și economică, de evoluții economice și sociale divergente, precum și în contextul internațional marcat de dinamica neuniformă și imprezvizibilă a factorilor și proceselor pe scena geopolitică regională și globală, de interdependențe multiple și strâns corelate la scară globală pe plan economic și financiar, evaluarea riscului de țară reprezintă o provocare pentru specialiști și investitori. Conform raportului MARSH aferent anului 2020¹⁵, România este încadrată în categoria de risc mediu din punct de vedere al riscului de țară, cumulând 65,8 puncte din 100 puncte corespunzător nivelului minim de risc, cu 0,92% peste nivelul raportat în anul 2019, relevând o stabilizare a riscului la nivel național. Din perspectivă politică, pe termen lung România are un risc evaluat la 70,6 puncte, fiind încadrată în aceeași categorie de risc cu țări precum Italia, Spania, Belgia, Bulgaria, Croația. Potrivit clasificării Fitch¹⁶, la 1 Martie 2020, România are asociat un rating de BBB-, păstrându-și ratingul investițional, nivelul costurilor de împrumut și al atractivității pentru fluxurile investiționale de capital.

► Riscul șocurilor economice, financiare sau sociale la nivel macroeconomic, regional sau global

cu impact important asupra comportamentelor și modelelor de consum, respectiv asupra puterii de cumpărare pe piețele pe care activează 2Performant rămâne un risc important, în contextul evoluției pandemiei COVID-19 și efectelor politicilor sanitare de control al acesteia.

► Conformarea la cadrul legislativ și modificări ale cadrului legislativ

Emitentul se află sub incidența cadrului legislativ din România și depune toate eforturile pentru a respecta cadrul de reglementare aplicabil. Modificările multiple aduse la nivelul legislativ și normativ pe plan contabil, fiscal și al resursei umane etc. pot afecta activitatea Emitentului.

► Riscul de inflație și riscul de rată a dobânzii afectează costul de oportunitate.

Rata inflației poate fluctua și, în consecință, operațiunile, condițiile financiare și rezultatele Emitentului pot fi afectate. De asemenea, investitorii trebuie să țină seama de impactul acestor riscuri asupra rezultatelor reale ale emitentului și asupra profitului real al investiției.

25.2. Riscuri specifice privind Emitentul

► Riscul fiscal și juridic

Cadrul legislativ în continuă dinamică, cu acte normative multiple pe diferite zone fiscale și cu numeroase neclarități poate crea confuzie. Procesul de consolidare și armonizare ale sistemului de impozitare din România cu legislația europeană permite interpretări diferite ale anumitor aspecte care sunt tratate în mod diferit de către autoritățile fiscale. Acest aspect poate conduce la amenzi și penalități suplimentare.

În activitatea curentă, ca urmare a modificărilor legislative, ale dinamicii în relațiile sale cu contrapărți (clienți, concurenți sau autorități de reglementare), Emitentul este supus riscului de litigiu, cu impact asupra situației financiare și asupra imaginii societății. În anii 2019-2020, 2Performant nu a fost parte intimată sau pârâtă în niciun proces. Litigiile în care societatea a fost implicată în anul 2020 sunt prezentate mai jos:

¹⁵ <https://www.marsh.com/uk/insights/research/political-risk-map-2020.html>

¹⁶ <https://www.fitchratings.com/entity/romania-80442232>



Nr.dosar și instanța	Obiectul cauzei	Calitatea 2Performant	Stadiu/Soluția organului sau instanței sesizate
21664/299/2020	încuviințare executare silită	Creditor	Fond - instanța admite cererea de încuviințare a executării silite împotriva debitorului SHOES DISTRIBUTION SRL în vederea executării obligațiilor care rezultă din titlul executoriu reprezentat de Sentința civilă nr. 4926/04.09.2019 pronunțată de Judecătoria Sectorului 1 București în dosarul nr. 15738/299/2019, la care se vor adăuga cheltuielile de executare silită. Fără cale de atac. Pronunțată prin punerea soluției la dispoziția părților de către Grefa Instanței, astăzi 17 iulie 2020.
14583/300/2020	încuviințare executare silită	Creditor	Fond - instanța admite cererea de încuviințare a executării silite, în temeiul titlului executoriu, prin toate modalitățile de executare prevăzute de lege, simultan sau succesiv, până la realizarea dreptului rezultat din titlul executoriu, precum și a cheltuielilor de executare. Fără cale de atac. Pronunțată azi, 29.07.2020, prin punerea soluției la dispoziția părților prin intermediul grefei instanței.
17276/301/2018	pretentii	Reclamant	Fond - instanța admite cererea și obligă pârâta la plata către reclamantă a sumei de 14.133,66 lei, reprezentând contravaloare factură, precum și la plata dobânzii legale calculată de la data scadenței fiecărei factură până la achitarea integrală debitului. Obligă pârâtul la plata către reclamantă a cheltuielilor de judecată în cuantum de 9736,04 lei. Cu drept de apel în 30 de zile de la comunicare. Cererea de apel se depune la Judecătoria Sectorului 3 București. Pronunțată la data de 30.07.2020, prin punerea soluției la dispoziția părților prin mijlocirea grefei instanței.
17644/3/2019/a1	acțiune în concurența neloială RESTITUIRE TAXA TIMBRU	Reclamant	Fond - Încheiere - instanța admite cererea de restituire a taxei judiciare de timbru. Dispune restituirea sumei de 9.630,34 lei. Cu drept de apel în de 30 de zile de la comunicare, cererea de apel urmând a se depune la Tribunalul București - Secția a VI-a Civilă. Pronunțată în ședința publică de la 29.09.2020.
13079/3/2020	cererea debitorului art.66 din Legea nr.85/2014	Creditor	Fond - instanța amână cauza - pentru continuarea procedurii
17276/301/2018/a1	completare/ lămurire dispozitiv	Reclamant	Fond - Nu există informații.

► Riscuri de natură operațională

Atragerea, păstrarea și motivarea personalului calificat este un activ important pentru sistemul de cercetare-dezvoltare-inovare al societății, vector de competitivitate și dezvoltare continuă a afacerii societății.

În contextul dezvoltării industriei IT, nivelul de abordare a forței de muncă și-a intensificat competitivitatea, intervenind riscul de pierdere a angajaților cheie. Stabilitatea platformei și, prin consecință, nivelul de performanță al activității societății depinde, în mare măsură, de existența unei echipe tehnice specializate. Prin urmare, modificările survenite în arhitectura organizatorică a resursei umane poate genera efecte negative asupra activității 2Performant.

Pentru a asigura absorbția și retenția personalului experimentat și cu potențial, societatea a implementat un sistem de remunerare motivant, asigură flexibilitate în programul de muncă, acces la cursuri, training-uri și workshop-uri de dezvoltare. De asemenea, 2Performant derulează un program de stimulare a angajaților prin sistemul Stock Option Plan, foarte popular în economiile avansate și cu precădere între companiile de tehnologie.

Asigurarea stabilității sistemelor

Mecanismul de funcționare a platformei 2Performant.com se subordonează principiului continuității, asigurând accesibilitate în orice moment, iar orice întrerupere în activitatea de funcționare generează efecte nefavorabile asupra rezultatelor. Din perspectiva obiectivului de creștere a numărului de clienți și a tranzacțiilor active în platformă, este primordial ca toate componentele platformei, atât externe cât și interne, să funcționeze corespunzător. Există riscul ca arhitectura curentă să nu încorporeze redundanța, capacitatea și agilitatea necesare la nivelul tuturor dispozitivele utilizate de către societate, pentru a putea susține dezvoltarea sustenabilă a afacerii. De asemenea, orice întrerupere a funcționării normale a sistemelor necesită o migrare a priorităților echipei tehnice, și a altor resurse ale societății, atât pe termen scurt, pentru a remedia inconvenientele, cât și pe termen mediu, pentru a imprima activității o perspectivă preventivă.



2Performant previne apariția unui astfel de risc prin investiții constante în mentenanța serverelor, în adoptarea de tehnologii noi, în îmbunătățirea arhitecturii sistemelor, și respectiv, prin ajustarea resurselor în raport cu expansiunea ecosistemului deservit. În egală măsură, monitorizarea performanței și scalării, precum și celeritatea în revizuirea tehnică sunt factori care subscriu principiului prudenței asumat de societate.

Atribuirea conversiilor

Rentabilitatea platformei de marketing afiliat depinde de capacitatea tehnologiei 2Performant de a atribui corect și exhaustiv conversiile generate de către afiliați. De asemenea, modul în care această tehnologie este integrată în sistemele tehnice ale clienților este un factor decisiv în măsurarea corectă a traficului și conversiilor, și în alocarea comisioanelor afiliaților și societății.

În contextul creșterii preocupărilor pentru siguranța datelor personale și pentru acordarea explicită de către utilizatori, către companii, a dreptului de a stoca informații despre activitatea lor, există riscul inactivității, totale sau parțiale, a tehnologiei utilizate de societate ca urmare a intensificării restricțiilor impuse de producătorii de navigatoare sau de sistemele de operare.

Există o tendință de migrare a e-commerce-ului din browser către alte medii, precum telefoane mobile, prin diverse aplicații. Astfel, este necesară adaptarea tehnologiei curente pentru a permite înregistrarea conversiilor din aceste medii, și implicit adaptarea la produsele și necesitățile specifice acestor medii, aspect care solicită un efort investițional semnificativ. De asemenea, riscul de neasimilare promptă a modificărilor operate la nivelul tehnologiei de către clienți este inerent activității 2Performant, cu efecte asupra nivelului reputațional.

2Performant asigură minimizarea acestui risc prin acțiuni de optimizare a procesului de atribuire a conversiilor, și prin scrutarea condițiilor de interacțiune a sistemelor de operare cu tehnologia de tracking a platformei.

Neplata facturilor de către clienții postpay

Cel mai frecvent mecanism de tranzacționare al societății cu clienții săi este în regim prepay, aceștia alimentând anticipat contul de client din care se retrag secvențial comisioane, pe măsura înregistrării vânzărilor. Complexitatea utilizatorilor impune diversificarea pârghiilor de comisionare, existând un sistem de plată periodică, precedat de înregistrarea vânzării și aprobarea comisionului de către client. Politica de remunerare a afiliaților și de încasare a comisionului aferent 2Performant este condiționată de finalizarea plății de către advertiseri. În acest context, survine riscul de neîncasare a creanțelor și de imposibilitatea onorării obligației față de afiliați.

Măsurile întreprinse împotriva acestui risc constau în rigurozitatea procedurilor de cash collection, permițând colectarea creanțelor facturate postpay în proporție de 99.56%, dar și în condiționarea beneficiarilor abonamentelor postpay de constituire a unui depozit colateral.

Viziunea prudențială asumată de către 2Performant presupune constituirea de provizioane lunar, pentru facturile restante ce depășesc 270 de zile.

Riscuri legate de produse și servicii

Particularitatea acestui risc derivă din sistemul de funcționare al platformei [2Performant.com](https://2performant.com) și constă în survenirea unor probleme tehnice, cu efecte asupra desfășurării activității operaționale a societății. Impactul acestui risc este evaluat de către Emitent la un nivel redus, cu efecte în rândul colaboratorilor, iar soluția identificată de 2Performant constă în investiții succesive în tehnologia operată și celeritate în intervenții de remediere.

Procesarea informațiilor într-o bază de date constituie un factor decisiv în procesul de fidelizare a comunității, iar orice factor care ar putea periclita sistemul centralizator de date poate constitui un risc inerent activității societății, cu efecte directe asupra serviciilor oferite utilizatorilor platformei. Crearea automată de copii pentru datele stocate este o procedură menită a amortiza impactul acestui risc.

Activitatea platformei poate fi compromisă de accesul neautorizat, prin atacuri cibernetice, erori sau omisiuni, cu impact asupra societății și utilizatorilor. Reducerea acestui risc este asigurată prin intermediul polițelor de asigurare și a colaborărilor cu firme de IT ancorate în securizarea accesului la informații confidențiale.



Deși piața globală de influencer marketing este în plină expansiune, proiectul de influencer marketing, dezvoltat de societate, are o pondere redusă în veniturile operaționale, relevând lipsa de tracțiune pe acest segment al pieței naționale. Astfel, există riscul ca investițiile societății pentru extinderea serviciilor oferite să nu genereze rezultatele operaționale scontate. Anticiparea incorectă a nevoilor utilizatorilor, respectiv scăderea gradului de utilizare a platformei, pot determina efecte negative asupra rezultatelor operaționale și poziției financiare a societății.

Proprietatea intelectuală

Imobilizările necorporale, cuprinzând drepturi de proprietate asupra tehnologiei, dețin 52% din activele societății, motiv pentru care riscul de dezvăluire, intenționată sau accidentală, a datelor confidențiale, poate afecta activitatea societății.

Pentru a preveni diseminarea neautorizată a informațiilor cu caracter intern, a fost implementată o politică de Non-Disclosure Agreement (NDA) și de penalizare, care precede orice colaborare cu angajații și cu furnizorii externi. De asemenea, sunt aplicate normele industriei privind acordarea accesului la date, implementarea proceselor și tehnologiilor, sporind gradul de securitate a informațiilor. Resursa umană este instruită și aliniată la normele etice ale domeniului.

Riscuri legate de poziționare

Acest risc derivă din evoluția rapidă a industriei IT, având asociată o lipsă de reacție în raport cu tendințele actuale. Concretizarea unei astfel de ipoteze are la bază absența produselor noi și a perspectivelor de îmbunătățire permanentă a cadrului tehnic. În egală măsură, o echipă subdimensionată și un management fără suportul complementar prin cunoștințele specializate conturează premisele apariției unui risc de poziționare în domeniul tehnologiei.

Societatea combate apariția unui astfel de risc prin absorbția promptă a tendințelor tehnologice și operarea propriei tehnologii.

De acest risc se leagă și susceptibilitatea subevaluării societății la momentul admiterii la tranzacționare, cu efecte directe asupra atractivității acțiunilor emise de către aceasta. Poziționarea împotriva acestei supoziții constă în expunerea publică a planului de dezvoltare, a elementelor strategice, comunicarea promptă a rezultatelor aferente primului semestru al anului 2020, pentru a crește vizibilitatea, și de a valorifica potențialul de creștere în mod transparent.

Riscul de piață integrează factorii de risc din mediul extern societății, care pot influența activitatea 2Performant.

> Riscuri legate de competiție

În tandem cu dezvoltarea tehnologiei, piața marketingului afiliat din România își intensifică atractivitatea, ceea ce conturează premisele apariției riscului legat de competiție. Intrarea pe piața națională a unui jucător global sau regional va genera presiune pe activitatea 2Performant în situația în care resursele acestuia permit abordarea comunității de utilizatori prin condiții mai avantajoase. În egală măsură, implementarea mai rapidă a noilor tendințe în ofertele competitorilor autohtoni generează, de asemenea, acumularea presiunii în ceea ce privește pachetul de servicii 2Performant.

> Riscul asociat cu ratele dobânzilor

Evoluțiile macroeconomice și internaționale care se reflectă în dinamica inflației, politicile monetare la nivel național și european dar și în evoluția pieței de capital influențează rata dobânzii, la fluctuațiile căreia emitentul este expus cu precădere prin creditele și liniile de credit contractate. Creșterea ratelor dobânzii este absorbită la nivelul costurilor financiare, cu impact negativ asupra situației financiare, rezultatelor operațiunilor și perspectivelor emitentului.

> Riscul valutar

Riscul valutar se asociază cu precădere tranzacțiilor derulate cu utilizatorii nerezidenți, pentru care aprecierea monedei naționale reprezintă un factor negativ, de diminuare a profitabilității, în timp ce devalorizarea monedei naționale influențează pozitiv valoarea încasărilor. Impactul potențial al acestui risc este evaluat la un nivel redus,



având în vedere ponderea minoritară a segmentului extern în valoarea agregată a cifrei de afaceri (11% la 31.12.2019).

► **Riscul de credit**

Riscul de credit este asociat presiunii financiare exercitate de obligațiile asumate pe termen lung. La data redactării prezentului raport, societatea are deschisă o singură linie de credit, la banca ING, în cuantum de 1.200.000 lei cu scadența în anul 2021. La data de 31.12.2019, rata de îndatorare calculată a fost de 51,85%, iar la 30.06.2020, la 51,7%, semnificativ sub limita inferioară a intervalului considerat de risc (80%).

Pentru susținerea activității, societatea ar putea folosi pe viitor pârghiile de finanțare specifice bursei, respectiv majorări de capital, emiterea de obligațiuni sau folosirea unor alte instrumente specifice pieței de capital, care încorporează riscuri specifice.

► **Riscul de lichiditate**

Riscul de lichiditate reprezintă probabilitatea ca Emitentul să nu fie în măsură să își onoreze obligațiile curente prin valorificarea activelor disponibile. Acest risc poate să se concretizeze în relația cu afiliații și influencerii, în condițiile în care regimul de plată al advertiserilor este postpay. Rata medie lunară de acceptare a comisioanelor de către advertiseri a fost de 83,2% în primul semestru al anului 2020, în creștere cu 0,43p.p. față de aceeași perioadă a anului anterior - un nivel considerat confortabil de către conducere, din punctul de vedere al lichidității. Sistemul de plată prepay asigură cursivitatea fluxurilor de numerar în condițiile asumate.

Din punctul de vedere al indicatorilor de lichiditate, activele circulante ale societății asigură finanțarea datoriilor curente în proporție de 93% la 30.06.2020.

25.3. Riscuri specifice privind investiția în acțiuni

► **Riscurile generate de piața de capital din România, în ansamblul ei.** Volatilitatea și lichiditatea sunt elemente care caracterizează mecanismul pieței de capital, conturând un risc de natură sistemică pentru toate instrumentele financiare tranzacționate.

În egală măsură, **riscul de inflație și riscul de rată a dobânzii** pot afecta randamentul investiției în acțiuni în general, ca alternativă investițională în raport cu depozitele bancare sau investiția în obligațiuni guvernamentale sau corporative. Orice creștere în rata dobânzii poate afecta evoluția cotației acțiunilor, în timp ce creșterea ratei inflației erodează câștigurile reale ale investitorului.

► **Riscul de preț** este specific acțiunilor listate și derivă din evoluțiile negative ce pot interveni în cotația acțiunilor emitentului, după admiterea acestora la tranzacționare. Fluctuația prețului poate fi indusă de o multitudine de factori legați de activitatea emitentului sau de volatilitatea generală a pieței. De asemenea, în cazuri speciale precum evenimente deosebite sau situații litigioase, Autoritatea de Supraveghere Financiară poate decide suspendarea tranzacționării acțiunilor, cu impact asupra posibilității investitorilor de a vinde acțiunile în orice moment dorit și asupra valorii de piață a acțiunilor la reluarea tranzacționării.

► **Riscurile asociate cu o investiție directă în acțiuni**, ca de altfel și randamentul așteptat asociat acestei investiții sunt, în principiu, superioare celor aferente depozitului bancar sau investiției în alte instrumente financiare precum obligațiuni de stat, participații la fonduri de investiții sau chiar obligațiuni corporative. Volatilitatea și evoluția puțin predictibilă a lichidității și prețului acțiunilor, alături de riscul pierderii investiției în cazul falimentului Emitentului nu recomandă investiția în acțiuni acelor investitori cu un nivel scăzut de toleranță față de risc. **Potrivit cu descrierea pieței țintă**, investiția în acțiunile Emitentului este corespunzătoare acelor clienți care:

- a) pe baza experienței sau cunoștințelor acumulate, înțeleg cel puțin conceptele de bază privind modul de funcționare a pieței de capital, caracteristicile acțiunilor, drepturile și obligațiile asociate acestora și obțin acces la informații privind evoluția pieței și situația economico-financiară a emitentului;



- b) au o situație financiară cel puțin stabilă, care, având în vedere riscurile implicate, pot suporta pierderi de până la 100% din capitalul investit;
- c) pot suporta fluctuațiile de preț și lichiditatea scăzută asociate cu admiterea și tranzacționarea unui instrument pe o piață nereglementată;
- d) cu profil investițional dar și speculativ, cu un orizont de timp al investiției de cel puțin 1 an, care urmăresc creșterea capitalului cu asumarea riscurilor implicate.

De asemenea, acest produs nu este considerat corespunzător acelor investitori care:

- doresc protecția integrală a capitalului și/ sau certitudinea rambursării sumelor investite;
- au o toleranță scăzută la risc, nefiindu-le potrivite investițiile bursiere;
- necesită în mod obiectiv existența unei garanții de stat sau investiții în active fără risc.

► **Riscul asociat rezultatelor comunicate**

Accentul pus pe dezvoltarea afacerii și pe investiții, în detrimentul obiectivului de a obține profit, poate contura o perspectivă incorectă cu privire la performanța societății în rândul publicului investitor.

Acest risc planează asupra societății în perioada de raportare, cu efecte asupra cotațiilor bursiere.

► **Riscul slabei reprezentări a sectorului de tehnologie la Bursa de Valori București**

Reprezentarea redusă a sectorului tech la BVB are drept consecință o comunitate investițională țintă puțin familiarizată cu specificul companiilor din acest sector, companii de tip „growth” orientate spre menținerea ritmurilor înalte de creștere și mai puțin, pe termen scurt, spre obținerea de profit și acordarea de dividend. Cu alte cuvinte, în țările dezvoltate multipli de evaluare folosiți pentru companiile de tehnologie nu sunt atât de dependenți de profit precum sunt pe piața din România, iar companiile de tipul ”high growth” sunt analizate mai degrabă prin prisma potențialului de a crește. Acest context poate duce la o subevaluare a societății și a acțiunilor sale, precum și la niveluri de lichiditate mai reduse decât cele juste pentru afacerea 2Performant.

26. Informații cu privire la oferte de valori mobiliare derulate în perioada de 12 luni anterioare listării

Emitentul nu a derulat oferte publice sau plasamente private de valori mobiliare în perioada de 12 luni anterioară listării.

Prin hotărârea AGEA de majorare a capitalului social cu aport în numerar, luată la data de 09.07.2020 (decizia nr. 2), **s-a finalizat programul de stimulare a angajaților și colaboratorilor prin participare la capitalul social agreat de către acționarii societății la data de 25.03.2015**, prin care beneficiarii programului au putut subscrie acțiunile nou emise la un preț preferențial prestabilit. În consecință, capitalul social s-a majorat cu 5.442,6 lei, respectiv cu un număr de 54.426 acțiuni nominative, la o valoare de emisiune de 70.866,01 lei.

27. Planuri legate de operațiuni viitoare pe piața de capital

2Performant Network S.A. intenționează să fie un jucător activ și creativ pe piața de capital, pregătit să acceseze resursele de capital pentru valorificarea oportunităților de dezvoltare. Totodată, va fi orientat proactiv spre adăugarea de valoare deținerilor acționarilor săi, spre măsuri de creștere a lichidității acțiunilor, dar și spre alinierea intereselor diferiților deținători de interese, de la acționari, la afiliați, persoane cheie din conducere, personal și societate în ansamblul său. În mod concret, în următoarele 12 luni, 2Performant va propune acționarilor săi derularea unei operațiuni de majorare de capital social cu aport în numerar.



28. Numele auditorilor

Auditorul financiar al 2Performant Network S.A. este firma de audit ACE-CONSULT SRL, autorizație CAFR nr. 523/2004, reprezentată de domnul Frâncu Constantin, auditor financiar înregistrat ASPAAS, nr. autorizație 964.

29. Societăți afiliate și procente deținute

Emitentul nu face parte dintr-un grup de firme și nu este acționar la entități terțe.

30. Alte informații relevante

Anexe

Anexa 1: Actul Constitutiv

Anexa 2: Sinteza rezultatelor financiare / contul de profit și pierdere pentru ultimele 3 exerciții financiare

Anexa 3: Sinteza poziției financiare / bilanțul pentru ultimele 3 exerciții financiare

Anexa 4: Bugetul de venituri și cheltuieli

Anexa 5: Decizia organului statutar privind admiterea acțiunilor societății la tranzacționare pe SMT administrat de BVB

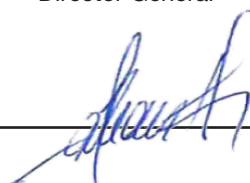
**EMITENT:
2PERFORMANT NETWORK S.A.**

prin: Dorin Cristian Boerescu
Administrator



**CONSULTANT AUTORIZAT:
SSIF GOLDRING S.A.**

prin: Virgil Adrian Zahan
Director General



Anexa nr. 2 – Sinteza rezultatelor financiare anuale

Contul de profit și pierdere (lei)	2017	2018	2019	H1 2019	H1 2020
Cifra de afaceri	13.028.576	12.890.415	15.528.123	6.729.330	9.248.127
Cheltuieli de exploatare	13.566.874	14.436.401	15.617.553	7.171.038	9.543.483
Rezultat operațional	111.203	(295.674)	865.657	16.344	173.847
Venituri financiare	2.306	3.842	13.624	9.419	13.408
Cheltuieli financiare	18.522	40.365	70.756	37.496	14.220
Rezultat financiar	(16.216)	(36.523)	(57.132)	(28.077)	(812)
Rezultat brut	94.987	(332.197)	808.525	(11.733)	173.035
Rezultat net	54.813	(348.273)	701.453	(11.733)	147.935

Anexa nr. 3 – Poziția financiară anuală

Elemente de active (lei)	2017	2018	2019	H1 2020
Active imobilizate	1.387.931	1.901.044	2.392.504	2.537.013
Active circulante	2.057.522	1.659.558	2.309.569	2.339.004
Cheltuieli în avans	115.328	34.647	9.421	6.730
Total activ	3.560.781	3.595.249	4.711.494	4.884.213

Elemente de pasiv (lei)	2017	2018	2019	H1 2020
Capitaluri proprii	759.905	411.632	1.129.161	1.277.096
Datorii - total, din care:	2.320.560	2.537.445	2.442.928	2.524.382
- sub 1 an	2.174.325	2.458.159	2.442.928	2.524.380
- peste 1 an	146.235	79.286	-	-
Provizioane	26.930	26.797	26.797	26.797
Venituri în avans	453.386	619.375	1.112.608	1.055.940
Total pasiv	3.560.781	3.595.249	4.711.494	4.884.213

Anexa nr. 4 – Bugetul de venituri și cheltuieli*

Contul de profit și pierdere (lei)	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Cifra de afaceri	20.018.301	25.585.366	32.723.593	42.187.446	55.656.772	75.094.931
Cheltuieli de exploatare	-19.096.231	-26.307.413	-32.944.388	-41.190.652	-53.283.635	66.863.507
Rezultat operațional	922.070	-722.047	-220.795	996.793	2.373.137	8.231.424
Rezultat financiar	-10.009	-30.702	-39.268	-46.406	-61.222	82.604
Rezultat brut	912.060	-752.749	-260.063	950.387	2.311.915	8.148.820
Rezultat net	766.131	-632.309	-218.453	798.325	1.942.008	6.845.008
Rezultat net pe acțiune	0,730	-0,600	-0,210	0,760	1,840	6,490

* Bugetul prezentat, estimat de către conducerea societății, a fost aprobat de către Administratorul unic și nu a fost supus aprobării Adunării Generale a Acționarilor. Bugetul aprobat de către AGOA pentru anul în curs a fost revizuit în condițiile pandemiei COVID19.





 **PERFORMANT**
DEDICATED TO MARKETING SUPERHEROES