



---

# RAPORT TRIMESTRIAL

**la 31.03.2026**

---

**Descentralizăm marketingul**

din comerțul online printr-un model

**transparent și colaborativ,**

bazat exclusiv pe modelul

**Cost per Vânzare**

---

---

# Cuprins

**4** Informații Emitent

---

**5** Scrisoare CEO

---

**6** Scrisoare Deputy CEO

---

**7** Despre 2Performant

---

**8** Indicatori Cheie în T1 2026

---

**9** Roadmap T1 2026

---

**10** Analiză Rezultate Financiare

---

**14** Cont de Profit și Pierdere

---

**15** Bilanț

---

**16** Prezentarea Activității Principale

---

**18** BusinessLeague

---

**19** Termeni Uzuali

---

**21** Riscuri

---

**23** Declarația Conducerii

---

# INFORMAȚII EMITENT

## INFORMAȚII DESPRE ACEST RAPORT FINANCIAR

Tipul raportului	Raportul Trimestrial T1 2026
Pentru exercițiul financiar	01.01.2026 - 31.03.2026
Data publicării	26.05.2026

## INFORMAȚII DESPRE EMITENT

Nume	2Performant Network S.A.
Cod fiscal	26405652
Număr înregistrare Registrul Comerțului	J40/493/2010
Sediu social	Bulevardul Corneliu Coposu Nr. 6-8, Clădirea Unirii View, Etajul 2, ResCo-working09, Sector 3, București, România

## INFORMAȚII DESPRE VALORILE MOBILIARE

Capital subscris și vărsat	1,412.484,00 lei
Piața pe care se tranzacționează	SMT AeRO Premium
Număr total acțiuni	14,124.840
Simbol	2P

**CONTACT:** Email: [investors@2performant.com](mailto:investors@2performant.com) | Tel: +40 374 996 354

*Situațiile financiare intermediare simplificată la 31 martie 2026 prezentate în paginile următoare sunt neauditate.*

## SCRISOARE CEO



Stimați investitori,

În momentul în care scriu aceste rânduri, 2Performant se află în a 10-a lună consecutivă de creștere, într-o perioadă în care majoritatea jucătorilor locali, inclusiv liderii pieței, scad. Primul trimestru al anului a consolidat și accelerat revenirea pe creștere începută în septembrie 2025.

Cifra de afaceri a urcat cu 14% față de T1 2025, la 12,7 milioane lei. Veniturile operaționale au crescut cu 15%, în timp ce cheltuielile au scăzut pe linie - cele operaționale cu 30%, cele cu personalul cu 34% iar cheltuielile de exploatare cu 23%. Cifrele defalcate le găsiți în analiza financiară din cuprinsul prezentului raport.

Rezultatul operațional al trimestrului a fost de aproximativ 137.000 lei negativ, față de 2,13 milioane lei negativ în Q1 2025. O îmbunătățire de 93%, cu atât mai semnificativă cu cât s-a întâmplat în trimestrul cel mai slab al anului pentru noi.

Rezultatul net al perioadei rămâne o pierdere de 2,17 milioane lei, cu 18% mai mică decât în T1 2025 însă cu o structură complet diferită. Cea mai mare parte a pierderii raportate, 1,46 milioane lei, o reprezintă amortizarea investițiilor făcute în platformă în anii anteriori, o cheltuială contabilă, fără ieșire de cash.

Pentru prima dată de la listarea companiei la BVB, amortizarea trimestrială depășește valoarea imobilizărilor necorporale capitalizate în aceeași perioadă. Din punct de vedere financiar, este cel mai important semnal că platforma a trecut de la etapa de construcție la etapa de operare și scalare.

Am înțeles înainte altora că industria tradițională de performance marketing nu are un răspuns viabil la creșterea accelerată a costurilor și complexității platformelor prin care magazinele achiziționează trafic. Modelul clasic de alocare al bugetelor, în care consultanți, agenții sau echipe interne sunt plătiți cu sume fixe pentru a cheltui bugetul clientului indiferent de rezultat, nu mai funcționează de mult.

Instabilitatea politică și economică recentă, intrarea agresivă a jucătorilor globali și creșterea constantă a costului pe click din toate sursele de trafic nu au făcut decât să acutizeze efectul unui simptom cronic de inadaptare al industriei.

Din fericire pentru noi, eram pregătiți. În ultimii ani am investit, împotriva curentului, în dezvoltarea singurei platforme descentralizate de performance marketing, în care decizia de alocare a bugetelor este transferată celor care le și investesc, din resurse proprii.

Rezultatul se vede în performanță. ROAS-ul mediu al platformei în sezonul curent BusinessLeague este de 11,6X, la o medie globală de 2,87X pentru celelalte modalități de achiziție de trafic online. Pentru fiecare euro cheltuit prin platformă, magazinele încasează în vânzări de 4 ori mai mult decât prin orice altă formă de cumpărare de trafic.

Din această logică a valorii superioare pe care o livrăm decurge anunțul de astăzi privind restructurarea categoriilor și comisioanelor BusinessLeague, cu intrare în vigoare la 1 iulie 2026. Trecem de la [24 de categorii de magazine la 47](#), aliniate cu taxonomia Google. Recalibrăm comisionul de rețea pe fiecare categorie, mărim abonamentul standard de la 69€ la 99€ și introducem discounturi de vechime și performanță.

Impactul recalibrării comisionului de rețea, deși asimetric la nivelul portofoliului curent (pentru unele magazine va reprezenta o creștere, pentru altele o scădere), ne va genera o creștere medie a veniturilor 2Performant de 0,5% din valoarea vânzărilor generate începând cu 1 iulie.

Modelul nostru livrează de 4 ori mai bine decât alternativele. Este firesc să captăm o parte mai mare din valoarea creată și să o transformăm într-un vector de accelerare a vânzărilor, transferând o mare parte din surplus către afiliați în acest an (100% în Q3 2026, 50% în Q4), urmând ca noi, alături de magazine, să beneficiem de volumul superior de vânzări rezultat și de veniturile aferente.

Pariul strategic al companiei rămâne global. În același trimestru am făcut primii pași operaționali pe piața irlandeză, baza pentru extinderea ulterioară în UK și SUA. Am investit în prezența la evenimente relevante de e-commerce din România, Bulgaria și Irlanda și am reluat campaniile agresive de comunicare și vânzări.

Una dintre cele mai importante cifre ale primului trimestru nu este însă în P&L, ci în raportul dintre oameni și volume. La 31 martie 2026, 2Performant numără 31 de oameni, față de 41 în aceeași perioadă a anului trecut. Cheltuielile cu personalul au scăzut cu 34%, în timp ce veniturile directe au crescut cu 15%.

Pentru a accelera și consolida această creștere, votăm astăzi în Adunarea Generală a Acționarilor două propuneri pentru întărirea echipei de management. Prima: schimbarea unui membru al Consiliului de Administrație cu Cezar Stroe, fondator iHunt, cu o bogată experiență antreprenorială, comercială și pe piața de capital. A doua: numirea Anei Opriță în poziția de Director General Adjunct (Deputy CEO).

Vă reamintesc caracterul sezonier al business-ului nostru. T1 este istoric cel mai slab trimestru al anului. Faptul că în interiorul lui am atins breakeven operațional este, în opinia mea, cel mai relevant semnal al acestei raportări. Bugetul aprobat pentru 2026 prevede închiderea anului în profit; dinamica observată în platformă, cumulată cu efectul recalibrării din iulie, susține această proiecție.

În 2024 și 2025 am investit împotriva curentului și am luat decizii dificile care acum își demonstrează viabilitatea. Am început 2026 cu dreptul.

Mulțumesc întregii echipe pentru efort, perseverență și încredere. Vă mulțumesc și vouă pentru încrederea pe care continuați să o investiți în 2Performant.

**Dorin Boerescu**

PREȘEDINTE AL CONSILIULUI DE ADMINISTRAȚIE

# SCRISOARE DEPUTY CEO

Stimați investitori,

T1 2026 a confirmat că BusinessLeague poate crește disciplinat: mai multe magazine activate, afiliați mai productivi și o echipă compactă care execută mai rapid.

Ecosistemul BusinessLeague a generat 563.472 de vânzări în T1, cu 12% mai mult decât în aceeași perioadă a anului trecut. Suntem în a 10-a lună consecutivă de creștere, într-o piață care scade, iar ritmul nu doar că se menține, ci accelerează.



Creșterea s-a construit lună de lună:

## NUMĂR VÂNZĂRI GENERATE

■ T1 2025 ■ T1 2026



## VALOARE VÂNZĂRI GENERATE (RON)

■ T1 2025 ■ T1 2026



Ce este important aici este faptul ca de la o lună la alta, creșterea devine mai puternică. În martie, valoarea vânzărilor generate a revenit pe plus față de anul trecut, semnal că revenirea începe să se vadă și în valoare. Valoarea abonamentelor a urmat același trend ascendent, cu o creștere YoY accelerată de la +11% în ianuarie la +14% în martie.

Am lansat 124 de magazine noi în T1, cel mai puternic trimestru de onboarding de până acum. Portofoliul s-a diversificat în peste 20 de categorii, ceea ce reduce dependența de verticale individuale și crește șansele de potrivire între magazine și afiliați.

Contextul de piață face aceste rezultate și mai relevante. Costul per click continuă să crească, competiția pentru atenția consumatorului este tot mai intensă, iar jucători globali precum Temu și Trendyol atrag o parte tot mai mare din bugetele de paid media. În acest mediu, modelul nostru este simplu și puternic: afiliatul investește din resurse proprii, magazinul plătește doar la vânzare validată, iar riscul de testare este aproape zero.

În acest context, fiecare afiliat activ generează cu 38% mai multe vânzări decât anul trecut, iar comisionul de rețea per afiliat productiv a crescut cu +38,4% YoY în martie. Ecosistemul crește și se maturizează în același timp: avem relații mai productive, mai multe magazine active și afiliați care produc mai mult.

În paralel, am început să schimbăm modul în care lucrăm intern. Am construit și implementat un sistem AI care oferă echipei de conducere acces contextual la datele companiei, obiectivele strategice și best practices operaționale. Scopul este simplu: să reducem timpul dintre întrebare și răspuns, să eliminăm căutarea manuală și să mutăm energia echipei către decizie și acțiune.

Această schimbare ne ajută să lucrăm mai focalizat, cu mai puține fricțiuni și cu o viteză mai mare de execuție. La finalul trimestrului, echipa avea 31 de oameni, față de 41 anul trecut, în timp ce cheltuielile cu personalul au scăzut cu 34%, iar veniturile au crescut cu 15%. Pentru noi, acesta este un semnal că tehnologia și disciplina operațională încep să se vadă direct în eficiența organizației.

Pe zona comercială, continuăm să creștem portofoliul de magazine active. Pentru a accelera testarea, am introdus în T1 o ofertă aliniată cu filosofia platformei: fiecare magazin nou primește €100 credit în cont, prima lună gratuită, iar primele 200 de vânzări sunt generate fără comision de rețea. Mesajul este simplu: testează dacă modelul ți se potrivește. Dacă funcționează, și pentru 94% dintre magazinele care primesc trafic, funcționează, rămâi și crești. Dacă nu, pleci fără costuri. Am introdus și o regulă de activare în 7 zile: magazinele care își lansează rapid programul primesc bonusul automat, iar pentru cele care depășesc acest interval, activarea continuă fără bonusul inițial.

Următorul pas este recalibrarea comercială. De la 1 iulie, trecem de la 24 la 47 de categorii, alinate cu taxonomia Google. Recalibrăm comisionul de rețea pe fiecare categorie și introducem discounturi de loialitate și performanță. Scopul este să aliniem mai bine valoarea captată de 2Performant cu valoarea generată în platformă și, în același timp, să susținem creșterea volumului prin stimulente mai bune pentru afiliați și magazine.

În februarie am intrat și pe piața irlandeză, cu un Country Manager local și un taskforce intern dedicat. Primele magazine sunt onboardate, primele parteneriate locale sunt în curs de semnare, iar primele vânzări au fost generate. Pe 28 aprilie am fost parteneri Gold la eCom Live, cel mai mare eveniment de e-commerce din Irlanda, prima noastră prezență fizică pe o piață de limbă engleză.

T1 a confirmat că direcția operațională este bună: magazinele se activează mai repede, afiliații produc mai mult, echipa lucrează mai eficient, iar platforma începe să transforme mai clar fiecare inițiativă comercială în creștere măsurabilă.

Rolul următoarei perioade este să ducem această disciplină mai departe: să accelerăm numărul de activări, să accelerăm relațiile productive, să folosim AI în tot mai multe procese recurente și să transformăm fiecare avantaj operațional într-un avantaj comercial.

Mulțumesc echipei 2Performant pentru efort, disciplină și reziliență.

Și vă mulțumesc dumneavoastră pentru încredere.

**Ana Opriță**

DEPUTY CEO

## DESPRE 2PERFORMANT

Suntem prima companie de tehnologie listată la Bursa de Valori București și dezvoltatorul singurului marketplace de performance marketing la Cost Pe Vânzare pentru e-commerce - BusinessLeague.com.

Tehnologia proprietară 2Performant a facilitat peste 16,5 milioane de vânzări în valoare totală de 832 milioane de euro pentru branduri din România, Bulgaria și alte piețe din CEE. În februarie 2026, BusinessLeague a devenit activ pe piața din Irlanda.

Platforma pe care o dezvoltăm conectează magazinele online cu specialiștii în marketing. Prin tehnologia dezvoltată de noi sute de magazine online colaborează cu mii de specialiști în marketing într-un mod intuitiv, pe baza automatizării proceselor legale, comerciale, de atribuire, facturare și plată. Practic, eliminăm birocrăția din marketing și oferim un sistem unic de colaborare între antreprenori în marketing și antreprenorii din e-commerce. Afiliații investesc propriile resurse pentru a genera trafic, fiind recompensați strict la vânzare, ceea ce garantează magazinelor o eficiență maximă.

Din 2022, 2Performant a redefinit conceptul de afiliere lansând BusinessLeague.com - primul campionat gamificat de e-commerce din lume bazat pe transparență radicală, gamificare și încurajarea indivizilor excepționali.



## INDICATORI CHEIE 2PERFORMANT ÎN T1 2026

### PROFITABILITATE

	T1 2025	T1 2026	YOY
Cifra de afaceri	11,159,973	12,707,263	14%
Venituri operaționale	2,984,909	3,429,851	15%
Cheltuieli operaționale	5,115,395	3,566,697	-30%
Profit operațional	-2,130,486	-136,846	94%
Cheltuieli cu amortizarea	1,113,110	1,462,874	31%
EBITDA	-1,399,400	-599,775	57%
Profit brut	-2,657,974	-2,170,659	18%

### OPERAȚIONALI

	T1 2025	T1 2026	YOY
Valoare vânzări generate	29,777.087	29,669.598	0%
Număr vânzări generate	503,640	563,472	12%
Valoare comision platformă	584,261	640,618	10%
Număr magazine active	674	690	2%

### CALITATIVI

	T1 2025	T1 2026	YOY
Rată conversie clicks → sales	3,16%	3,64%	15%
Nr. vânzări/magazin	747	817	9%
Comision mediu 2P/vânzare	€ 1,16	€ 1,14	-2%
Comision % 2P/valoare vânzări	1,96%	2,16%	10%
Abonament mediu magazin	€ 148,18	€ 163,25	10%
Comision mediu 2P/magazin	€ 866,86	€ 928,43	7%
Venit mediu total 2P/magazin	€ 1,015.04	€ 1,091.68	8%
Comisioane afiliați/valoare vânzări	6,09%	6,48%	6%
Comision afiliat/vânzare	€ 3,60	€ 3,41	-5%

# Roadmap T1 2026

## IAN

### Gala BusinessLeague 2026 • PUSH THE BOUNDARIES

Ca în fiecare an, sub lumina reflectoarelor, au fost premiați cei mai buni jucători din Sezonul 4 din BusinessLeague.

### Manus Ó Dálaigh – Country Manager Ireland

O luăm global, iar piața din Irlanda e focusul principal al acestui efort.

## FEBR

### Majorarea de capital social

Fondurile atrase susțin trei direcții strategice: achiziție accelerată de clienți, scalare internațională și eficiență operațională — cu obiectivul de creștere într-un ritm accelerat până la finalul anului 2028.

## MAR

### Lansarea ofertei Start with €100 from the platform:

- primești 100€ pentru activare
- plătești doar pentru vânzări validate

Participarea la evenimentele relevante din Ecommerce

# ANALIZĂ REZULTATE FINANCIARE

## ANALIZĂ P&L

T1 2026 arată o separare clară între pierderea raportată și realitatea operațională a businessului.

Cifra de afaceri a crescut cu 14%, până la 12,71 milioane lei. Cheltuielile de exploatare au rămas practic identice, cu o creștere de 0,11%, în timp ce volumele comerciale au avansat cu două cifre. Platforma susține volume mai mari fără costuri proporționale: semnul unui model care scalează.

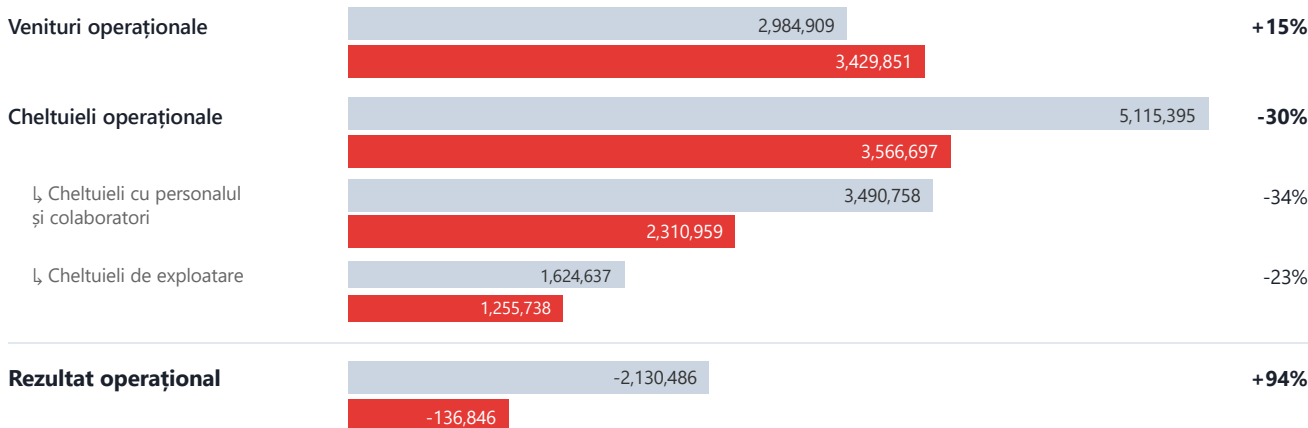
INDICATORI VENITURI (RON)	T1 2025	T1 2026	YOY VAR
Cifra de afaceri	11,159.973	12,707.263	14%
Venituri din producția de imobilizări necorporale și corporale	2,148.708	1,069.074	-50%
Alte venituri din exploatare	1,364	458	-66%
<b>Venituri din exploatare, Total:</b>	<b>13,310.045</b>	<b>13,776.795</b>	<b>4%</b>

Pierderea netă raportată de 2,17 milioane lei are o compoziție fundamental diferită față de T1 2025.

Profitabilitatea operațională a platformei s-a îmbunătățit cu 93,6% față de T1 2025: de la 2,13 milioane lei negativ la 136,000 lei negativ. Ianuarie 2026 a fost prima lună cu rezultat operațional pozitiv din perioadele recente (109,000 lei). Pierderea contabilă este dominată de amortizarea investițiilor anterioare, 1,46 milioane lei, o cheltuială non-cash fără impact pe fluxul de numerar curent.

## EVOLUȚIE CORE BUSINESS (T1 2025 VS T1 2026)

2025 2026



Creșterea este susținută de toți pilonii comerciali:

### Comisionul de rețea

- A avansat cu **16%**, până la **3 milioane lei**, inclusiv printr-o îmbunătățire a calității portofoliului.
- Comisionul mediu per vânzare pentru magazinele lansate în T1 2026 este de **1,4 euro** față de media platformei de 1,18 euro.

### Abonamentele recurente

- Au înregistrat un avans de **13%** (până la **574 mii lei**) pe fondul extinderii bazei active.
- Totodată, s-au eliminat taxele de setup pentru atragerea accelerată de magazine noi.

### Comisioane afiliați

- Bugetele de marketing intermediare prin platformă, reflectate în comisioanele Marketerilor, au crescut cu **13%**, la **9,28 milioane lei**.

### Magazine active

- Trimestrul a fost încheiat cu un număr în **creștere de advertiseri**.
- **124 de magazine noi** s-au alăturat doar în T1, față de 108 în T1 2025.

Pentru o imagine detaliată asupra metricilor operaționale, a numărului de vânzări pe categorii și a evoluției ecosistemului BusinessLeague, vă recomandăm consultarea [Raportul Operațional T1](#) publicat la începutul lunii aprilie.

LINIE DE BUSINESS (RON)	T1 2025	T1 2026	YOY VAR
Comision de rețea	2,584.937	3,002.325	16%
Abonament	509,359	574,463	13%
Comision setare cont	3,517	0	-100%
Comision de operare	11,544	9,732	-16%
Bonusuri Business League	-124,519	-156,669	26%
Alte venituri	72	0	-100%
<b>Venituri Operaționale</b>	<b>2,984.909</b>	<b>3,429.851</b>	<b>15%</b>
Comisioane afiliați	8,175.063	9,277.412	13%
<b>Total Cifra de Afaceri</b>	<b>11,159.973</b>	<b>12,707.263</b>	<b>14%</b>

Structura pe metode de plată confirmă în continuare ponderea dominantă a modelului Pre-Paid în cifra de afaceri, în prezent acesta generând 75% din veniturile companiei. Pe piața internă, veniturile generate prin modelul Pre-Paid au crescut semnificativ, cu 24%, ajungând la 9,25 milioane lei în T1 2026, față de 7,46 milioane lei în T1 2025. Evoluția reflectă o disciplină mai bună a cash-flow-ului și un grad ridicat de predictibilitate a încasărilor.

PIAȚĂ	OPȚIUNE PLATĂ (RON)	T1 2025	T1 2026	YOY VAR
intern	Post-Paid	2,771.053	2,939.476	6%
	Pre-Paid	7,463.531	9,251.693	24%
extern	Post-Paid	825,060	333,755	-60%
	Pre-Paid	367,118	329,275	-10%
<b>Total Cifra de afaceri - afiliati</b>		<b>11,426.762</b>	<b>12,854.199</b>	<b>12%</b>

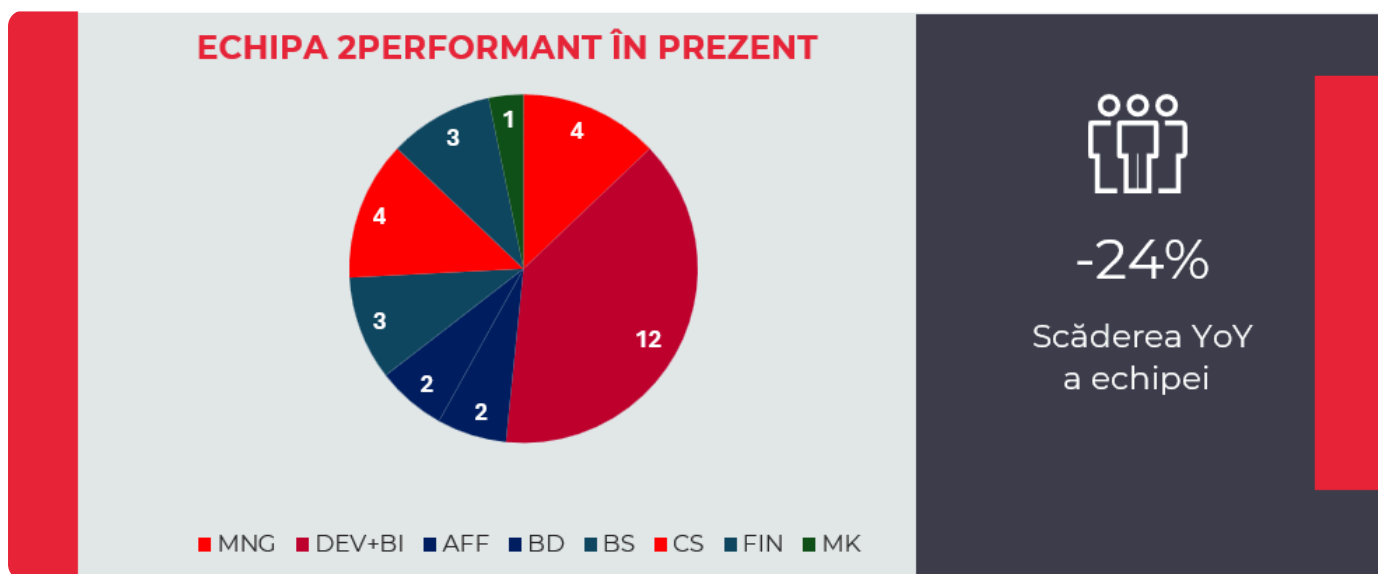
În paralel, segmentul intern Post-Paid a continuat să crească moderat, cu 6%, până la 2,94 milioane lei, confirmând stabilitatea bazei existente de clienți. Pe piețele externe, activitatea a înregistrat scăderi în T1 2026, atât pe segmentul Post-Paid (-60%), cât și pe Pre-Paid (-10%). Aceste evoluții sunt rezultatul asumat al deciziei noastre strategice de a înceta parteneriatul cu rețeaua Tradedoubler. Resursele eliberate astfel sunt acum concentrate exclusiv pe atragerea de clienți externi direcți, în principal din piața din Irlanda.

La nivel operațional, diferența față de T1 2025 este mult mai mare decât pare la prima vedere. Cheltuielile de exploatare au rămas aproape identice (+0,11%), în timp ce compania a reușit să crească volumele comerciale cu două cifre. Acest lucru arată că platforma poate susține volume mai mari fără o creștere proporțională a costurilor.

P&L (RON)	T1 2025	T1 2026	YOY VAR
Venituri din exploatare	13,310.045	13,776.795	4%
Cheltuieli din exploatare	15,822.555	15,839.444	0%
Rezultat din exploatare	-2,512.510	-2,062.649	18%
EBIT	-2,512.510	-2,062.649	18%
EBITDA	-1,399.400	-599,775	57%
Profit brut	-2,657.974	-2,170.659	18%

Structura acestor costuri s-a modificat semnificativ:

- **Cheltuielile cu personalul** s-au redus cu 32%, coborând la 1,98 milioane lei, comparativ cu 2,93 milioane lei în T1 2025. Această reducere aliniază perfect restructurarea tehnologică ( trecerea de la construcție la mentenanță și scalare) cu nevoile comerciale prezente. La finalul lunii martie, echipa 2Performant număra 31 de membri, comparativ cu 41 în aceeași perioadă din 2025.



- **Cheltuielile cu amortizarea** și ajustările de valoare au crescut cu 31%, până la 1,46 milioane lei. Odată finalizate investițiile majore, o parte mai mare din costurile istorice începe să fie recunoscută direct în contul de profit și pierdere prin amortizare. Aceasta este o cheltuială pur contabilă, fără impact negativ asupra cash-flow-ului curent.

La nivel financiar, compania a reușit să reducă semnificativ costurile asociate finanțării. Cheltuielile financiare totale au scăzut cu 34%, iar cheltuielile stricte cu dobânzile s-au redus cu 40%, până la 102 mii lei, pe fondul începerii rambursării obligațiilor bancare.

EBITDA s-a îmbunătățit cu peste 57%, reducând pierderea de la -1,40 milioane lei la doar -600 mii lei. Compania indică o tendință clară de redresare și apropiere graduală de pragul de breakeven estimat pentru trimestrele următoare.

**ANALIZĂ BILANȚ**

Activele totale au crescut marginal, cu 1%, până la 21,54 milioane lei. Activele imobilizate, în principal imobilizări necorporale, au avansat cu 7%, la 18,81 milioane lei: compania valorifică acum infrastructura tehnologică construită în anii anteriori. Activele circulante au scăzut cu 36%, până la 2,39 milioane lei, ca efect al utilizării lichidităților pentru activitatea curentă, rambursarea obligațiilor bancare și investițiile comerciale din T1.

Disponibilitățile bănești s-au redus la 860,000 lei (-63% YoY), ca urmare a utilizării lichidităților pentru activitatea curentă, rambursarea ratelor bancare și investițiile comerciale din T1, inclusiv primele costuri ale expansiunii irlandeze. Creanțele au crescut cu 9%, proporțional cu cifra de afaceri, iar cheltuielile în avans au urcat cu 131% pe fondul participării la evenimente comerciale în România și Irlanda.

BILANȚ (RON)	T1 2025	T1 2026	YOY VAR
Active Imobilizate	17,529.658	18,812.287	7%
Active circulante	3,718.576	2,387.473	-36%
Cheltuieli în avans	147,987	342,287	131%
<b>Total Activ</b>	<b>21,396.221</b>	<b>21,542.047</b>	<b>1%</b>
Datorii curente	12,294.147	11,191.268	-9%
Provizioane	0	0	0%
Venituri în avans	4,194.008	4,952.995	18%
Capital Propriu	4,908.066	5,397.785	10%
<b>Total Pasiv</b>	<b>21,396.221</b>	<b>21,542.047</b>	<b>1%</b>

Veniturile în avans, modelul Pre-Paid, au avansat cu 18%, la 4,95 milioane lei. Compania încasează în avans o parte tot mai mare din bugetele de marketing derulate prin platformă: un indicator direct al încrederii magazinelor în modelul cost-per-sale și o sursă de predictibilitate pentru fluxul de numerar.

La nivelul pasivelor, compania nu înregistrează datorii pe termen lung. Datoriile curente s-au redus cu 9%, la 11,19 milioane lei. O parte semnificativă din ele reprezintă sume în tranzit în ecosistem, comisioane și bugete între magazine și Marketers, nu datorii financiare cu dobânzi. Capitalurile proprii au crescut cu 10%, la 5,4 milioane lei, susținute de majorarea de capital din februarie 2026.

## INDICATORI FINANCIARI

Indicatorii financiari din T1 2026 reflectă continuarea procesului de stabilizare operațională și îmbunătățirea structurii financiare a companiei. Deși indicatorii de lichiditate rămân sub intervalele considerate optime, este important de menționat că modelul de business al companiei presupune în mod natural un nivel ridicat al datoriilor curente, acestea fiind generate în principal de sumele tranzacționate prin platformă și având un comportament similar veniturilor în avans, nu al unor obligații financiare clasice purtătoare de dobânzi. Aceste poziții sunt direct corelate cu activitatea comercială din platformă și cu fluxurile operaționale recurente. Compania gestionează activ acest decalaj temporar printr-un control riguros al fluxurilor de numerar și al retragerilor efectuate de afiliați.

INDICATORI DE LICHIDITATE, SOLVABILITATE ȘI RISC	INTERVAL OPTIM	T1 2025	T1 2026
Lichiditate curentă (AC/DC)	>2	0,30	0,21
Lichiditate imediată (AC-Stocuri)/Datorii curente	>1	0,30	0,21
Lichiditate rapidă (Disponibilități/Datorii curente)	>0,5	0,19	0,08
Solvabilitate financiară (TA/TD)	>1	1,74	1,92
Ind. gradului de îndatorare (DTL/Cap Proprii+DTL)	<50%	0%	0%
Rata de îndatorare (DT/TA) *100	<80%	57,46%	51,95%
Datorii / Active	< 1	0,57	0,52

Pe de altă parte, toți indicatorii de risc și solvabilitate pe termen mediu și lung arată un progres solid: îmbunătățirea solvabilității financiare, care a crescut de la 1,74 la 1,92, indicând o capacitate mai bună a activelor companiei de a acoperi datoriile totale. De asemenea, rata de îndatorare s-a redus de la 57,5% la 52%, iar raportul datorii/active a coborât la 0,52, confirmând o consolidare graduală a structurii bilanțiere.

Compania continuă să nu înregistreze datorii pe termen lung, ceea ce oferă flexibilitate financiară suplimentară și reduce presiunea asupra cash-flow-ului pe termen extins. Evoluția acestor indicatori susține tendința de stabilizare financiară începută în a doua parte a anului 2025 și creează premise mai solide pentru atingerea obiectivelor operaționale și comerciale din 2026.

# CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE

INDICATORI CONT DE PROFIT ȘI PIERDERE (RON)	T1 2025	T1 2026	YOY VAR
Venituri din exploatare, din care:	13,310.045	13,776.795	4%
<b>Cifra de afaceri</b>	<b>11,159.973</b>	<b>12,707.263</b>	<b>14%</b>
Venituri din producția de imobilizări necorporale și corporale	2,148.708	1,069.074	-50%
Alte venituri din exploatare	1,364	458	-66%
Cheltuieli din exploatare, din care:	15,822.555	15,839.444	0%
Cheltuieli cu materii prime, materiale și energie	7,216	11,857	64%
Cheltuieli cu personalul	2,929.762	1,983.841	-32%
Cheltuieli cu amortizarea și ajustările de valoare	1,113.110	1,462.874	31%
Alte cheltuieli de exploatare	11,772.467	12,380.871	5%
<b>Rezultat din exploatare</b>	<b>-2,512.510</b>	<b>-2,062.649</b>	<b>-18%</b>
Venituri financiare	33,766	9,835	-71%
Cheltuieli financiare, din care:	179,230	117,845	-34%
Cheltuieli privind dobânzile	170,087	102,406	-40%
<b>Rezultat Financiar</b>	<b>-145,464</b>	<b>-108,010</b>	<b>-26%</b>
Venituri totale	13,343.811	13,786.630	3%
Cheltuieli totale	16,001.785	15,957.289	0%
<b>EBITDA</b>	<b>-1,399.400</b>	<b>-599,775</b>	<b>57%</b>
Profit brut	-2,657.974	-2,170.659	18%
Impozit	0	0	0%
<b>Profit net / Pierdere</b>	<b>-2,657.974</b>	<b>-2,170.659</b>	<b>18%</b>

# BILANȚ

BILANȚ (RON)	T1 2025	T1 2026	YOY VAR
<b>Active Imobilizate, din care:</b>	<b>17,529.658</b>	<b>18,812.287</b>	<b>7%</b>
Imobilizări necorporale	17,458.033	18,763.039	7%
Imobilizări corporale	71,625	49,249	-31%
<b>Active Circulante (curente), din care:</b>	<b>3,718.576</b>	<b>2,387.473</b>	<b>-36%</b>
Creanțe	1,403.807	1,527.403	9%
Casa și conturi la bănci	2,314.768	860,069	-63%
<b>Cheltuieli în avans</b>	<b>147,987</b>	<b>342,287</b>	<b>131%</b>
<b>TOTAL ACTIV</b>	<b>21,396.221</b>	<b>21,542.047</b>	<b>1%</b>
<b>Datorii Totale</b>	<b>12,294.147</b>	<b>11,191.268</b>	<b>-9%</b>
Datorii curente (<1 an)	12,294.147	11,191.268	-9%
Provizioane	0	0	0%
<b>Venituri în avans</b>	<b>4,194.008</b>	<b>4,952.995</b>	<b>18%</b>
<b>Capital propriu, din care:</b>	<b>4,908.066</b>	<b>5,397.785</b>	<b>10%</b>
Capital social	1,303.304	1,412.484	8%
Prime de capital	6,420.099	7,730.255	20%
Rezerve	88,739	88,739	0%
Rezultatul reportat	-246,103	-1,663.035	-576%
<b>Rezultatul exercițiului</b>	<b>-2,657.973</b>	<b>-2,170.659</b>	<b>18%</b>
Repartizarea profitului	0	0	0%
<b>TOTAL PASIV</b>	<b>21,396.221</b>	<b>21,542.047</b>	<b>1%</b>

# PREZENTAREA ACTIVITĂȚII PRINCIPALE

**Modelul de business 2Performant** - 2Performant operează un marketplace deschis care reunește magazine online cu Marketers specializați în digital, exclusiv pe model Cost Per Vânzare. Advertiserii plătesc la vânzare confirmată. Marketerii - afiliații - sunt remunerați în funcție de performanța generată, nu de traficul trimis.

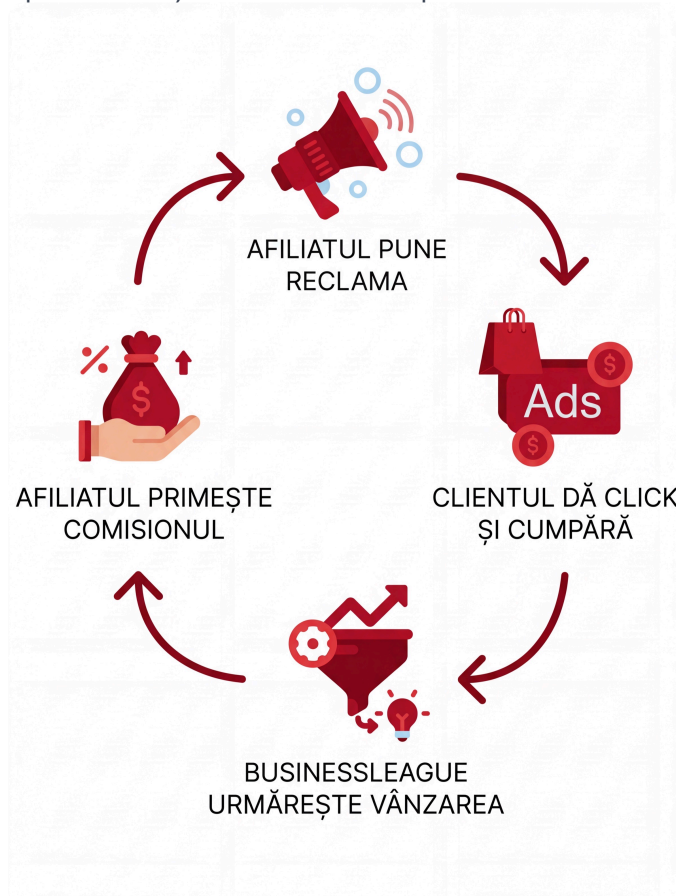


Platforma este self-service, gamificată și funcționează în timp real, cu transparență totală a datelor pentru ambele părți. Atribuirea vânzărilor se realizează automat pentru toate sursele de trafic utilizate de Marketers, conform modelului Last Click Wins asumat explicit în relațiile comerciale din platformă.

## AFFILIATE MARKETING

Marketingul afiliat presupune promovare plătită la cost pe vânzare (cost per sale). Pentru branduri, marketingul afiliat este probabil cel mai eficient instrument de promovare și vânzare, iar pentru specialiști, este cea mai simplă modalitate de a câștiga venituri folosind timpul și competențele de digital marketing.

Platforma BusinessLeague intermediază această relație, făcând-o simplă, corectă și bazată pe performanță.



## PĂRȚILE IMPLICATE

## Advertiseri și Afiliați

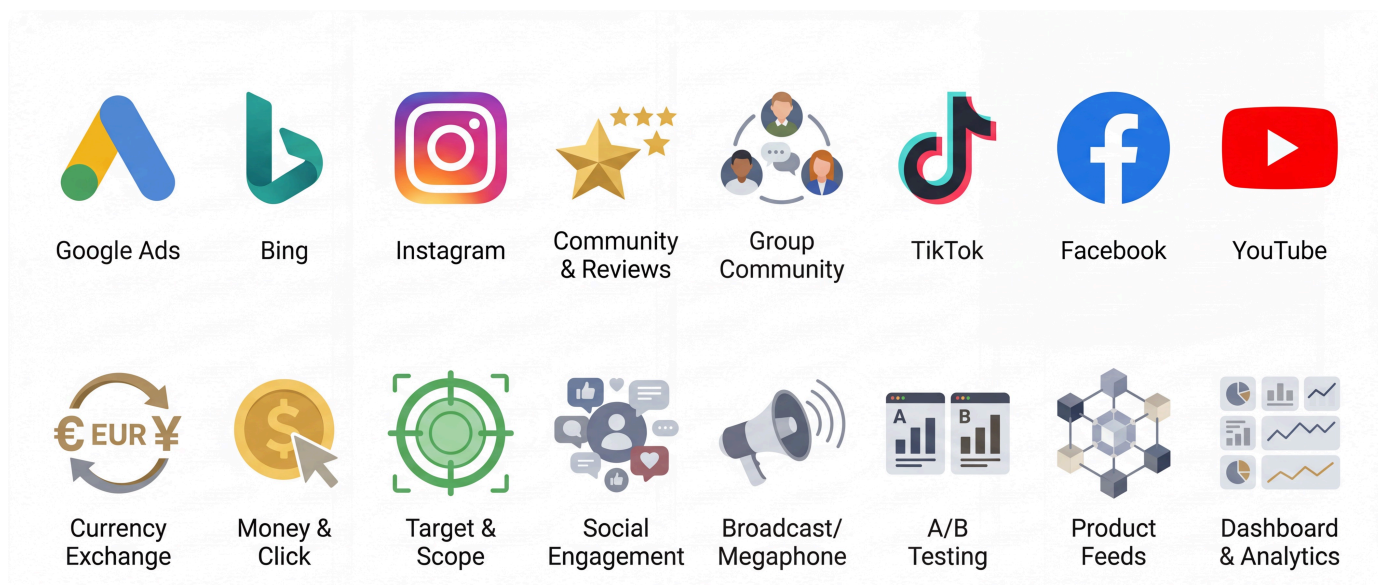
## ADVERTISERI / MERCHANTS

Calitatea de advertiser este atribuită în general magazinelor care operează în mediul online. Printre advertiserii activi în platforma 2Performant se numără zeci de branduri renumite pe plan local și internațional.



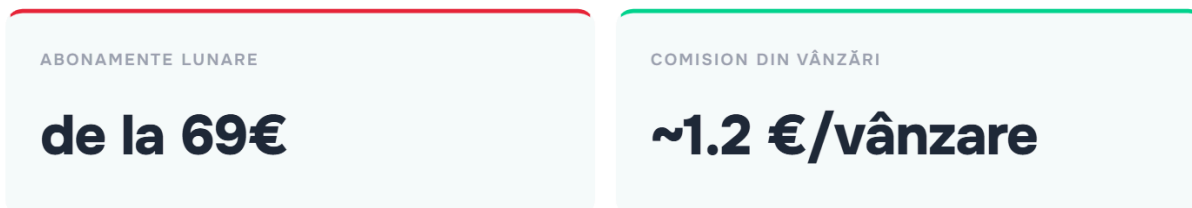
## AFILIAȚI / MARKETERS

Afiliații sunt utilizatorii platformei care promovează online ofertele advertiserilor cu care au intrat în relație de afiliere. Ei generează trafic targetat pentru magazinele online și sunt remunerați pe bază de performanță. Sursele de trafic folosite de aceștia sunt diverse: Google Ads, Bing, Instagram, Comunități, TikTok, Facebook, YouTube, etc.



## SURSE DE VENIT

În cadrul activității de marketing afiliat, 2Performant generează venituri directe din:

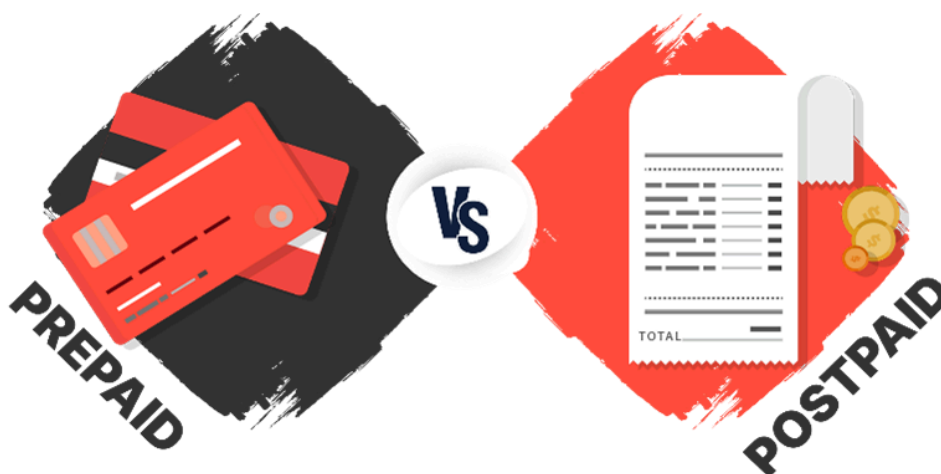


Suplimentar, advertiserii pot plăti taxe de promovare în rândul afiliaților, pentru a crește vizibilitatea în platformă, la evenimente offline sau în alte situații.

Modelul de afaceri și competiția BusinessLeague permit atât afiliaților, cât și advertiserilor să primească recompense bazate pe succesul lor în categoriile în care participă.

În plus, platforma generează și **venituri indirecte**, prin comisioanele plătite de advertiserii afiliaților, sume care tranzitează 2Performant și contribuie la rulajul total operat, susținând astfel dezvoltarea ecosistemului și consolidarea poziției companiei în piață.

## PLATFORMA 2PERFORMANT PERMITE DOUĂ MODALITĂȚI DE PLATĂ PENTRU COMPANII



Sistem de plată în avans  
și alimentarea continuă a contului.

Sistem de plată cu facturare  
săptămânală sau lunară.

## PONDERE COMISION DE REȚEA

Un element cheie al modelului de business este diversitatea industriilor din care provin advertiserii activi în platforma 2Performant.com, precum: Fashion, Cărți și muzică, Produse de înfrumusețare, Electronice, Articole pentru copii, Casă și grădină, Sport și outdoor, Sănătate și îngrijire personală, printre altele. Această distribuție echilibrată reduce dependența companiei față de un singur sector și oferă stabilitate, mai ales în perioade economice dificile pentru anumite industrii.

## Avantajele 2Performant



### Creștere predictibilă

Previzibilitatea costurilor și volumelor generează încredere și atrage constant noi afiliați, contribuind la o evoluție accelerată a rețelei.



### Accesibilitate completă

Platforma 2Performant este deschisă tuturor – atât afiliaților, cât și businessurilor – oferind un ecosistem funcțional, în timp real, pentru generarea și monitorizarea vânzărilor.



### Model bazat 100% pe performanță

Costurile sunt generate exclusiv de rezultate – companiile plătesc doar pentru vânzările confirmate, fără bugete aruncate pe promisiuni sau impresii. Comisionul de intermediere este de doar 2% din valoarea vânzărilor.



### Tehnologie avansată & scalabilă

Platforma gestionează eficient programele de afiliere prin funcționalități precum gamificare, administrare multi-market, recrutare și retenție de afiliați – totul într-un singur loc.



### Transparență radicală

Clasamentele BusinessLeague oferă o imagine clară și în timp real asupra performanței fiecărui utilizator. Toate acțiunile sunt urmărite prin KPI relevanți, disponibili pentru toți jucătorii din platformă.



### Standard de excelență recunoscut

BusinessLeague diferențiază 2Performant pe piața din România și Europa. Formatul său competitiv reflectă angajamentul pentru performanță, recunoaștere și progres colectiv în marketingul digital.

# BUSINESSLEAGUE.COM

BusinessLeague.com este campionatul anual de e-commerce operat de 2Performant, lansat în forma actuală în august 2024. Criteriul principal de clasificare: numărul de vânzări generate în 28 de zile. Participanții sunt distribuiți pe cinci niveluri, de la Freelancers cu sub 10 vânzări la Unicorns cu peste 10.000, și pot accesa Challenges care testează competențe specifice de marketing digital.

Formatul combină competiția reală pe cifre cu un mecanism de gamificare care generează angajament continuu în ecosistem. Fiecare Marketer știe în orice moment unde se află în clasament, ce face concurența și cât mai are până la nivelul următor.



## Ranking Structure



\*O rundă corespunde aproximativ unei luni calendaristice.



## TERMENI UZUALI

**Marketing afiliat** - strategie de marketing prin care un advertiser (magazin online) recompensează unul sau mai mulți afiliați pentru fiecare vizitator sau client adus prin eforturile proprii de promovare.

**Advertiser/Merchant** - afacerea care se promovează online, respectiv, o companie care operează unul sau mai multe magazine online sau site-uri de prezentare 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** - persoana fizică sau juridică, care promovează produse și/sau servicii ale unui advertiser în schimbul unui comision pentru vânzări. El 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.

**Influenceri** - creatori de conținut care au construit o relație de încredere și loialitate cu o comunitate online, ale cărei interese și preferințe le cunosc foarte bine.

**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).

**Program de afiliere Pre-Paid** - un program în care advertiserul își alimentează în avans contul cu o sumă de bani, care este alocată ulterior pentru plata comisioanelor generate de către afiliați, pentru comisionul de rețea și abonament.

**Program de afiliere Post-Paid** - un program în care facturarea comisioanelor generate de către afiliați se realizează ulterior procesării acestora de către advertiser.

**BusinessLeague** - competiția globală de marketing unde atât specialiștii în digital cât și magazinele online se întrec într-un format bazat pe performanță.

**Programul Affiliate Manager** - cea mai buna modalitate de a potrivi nevoia de crestere a magazinelor cu experienta Marketerilor.

**Affiliate ranking** - clasamentul permanent al afiliaților bazat pe comisioanele generate în ultimele 90 de zile.

**Traffic Sources** - abilitatea comercianților de a alege și prezenta în cadrul programelor lor de afiliere tipurile de surse de trafic cu care doresc să colaboreze împreună cu afiliații.

**Relații active** - colaborările în care afiliații au generat trafic pentru un magazin online.

**Relații productive** - colaborările dintre afiliați și magazinele online care s-au finalizat cu plasarea unei comenzi.

**Big Bear** - sistemul de atribuire a conversiilor în regim 1st party cookies.

Pentru glosarul extins de termeni cheie, vă invităm să citiți Memorandumul pentru listare din decembrie 2020, disponibil [aici](#).

# RISCURI

## Riscul de preț

Riscul de comoditizare este limitat de tehnologia proprietară și de poziția consolidată pe piața locală. Marketingul afiliat necesită investiții continue în managementul comunității și în infrastructura tehnică, bariere reale pentru orice nou intrant. 2Performant monitorizează activ atât piața locală, cât și jucătorii internaționali, pentru a menține relevanța platformei pentru ambele categorii de utilizatori.

## Riscul de credit

Riscul de credit apare atunci când terțe părți nu își îndeplinesc obligațiile contractuale, ceea ce poate genera pierderi financiare. Compania îl limitează prin modelul Pre-Paid: magazinele își alimentează contul în avans, comisioanele se deduc automat la fiecare vânzare validată. Pentru magazinele Post-Paid se constituie depozite colaterale și se provizionează lunar facturile cu întârzieri peste 270 de zile. Pre-Paid-ul este promovat activ ca opțiune standard.

## Risc de lichiditate

Riscul derivă din decalaje între încasări și plăți, influențate și de sezonalitatea e-commerce-ului. 2Performant monitorizează continuu fluxurile de numerar, menține acces la linii de credit și încurajează modelul Pre-Paid pentru predictibilitatea încasărilor.

## Risc de cash-flow

Riscul de cash-flow reflectă posibilitatea ca societatea să nu își poată îndeplini obligațiile de plată la scadență. Pentru a preveni acest risc, 2Performant menține rezerve adecvate de numerar, monitorizând atent fluxurile de încasări și plăți prognozate. Compania reduce suplimentar acest risc prin promovarea modelului Pre-Paid.

## Risc operațional & IT

Riscul operațional apare din probleme tehnice care pot afecta funcționalitatea platformei, integritatea datelor sau experiența utilizatorilor. Deși evaluat la impact redus, acesta este limitat prin investiții în tehnologie, proceduri de intervenție promptă și backup-uri automate. Riscurile de securitate cibernetică, precum accesul neautorizat sau atacurile, sunt reduse prin polițe de asigurare și colaborări cu firme specializate în securitate IT.

## Risc privind angajații/personalul-cheie

Atracția și retenția de talent tehnic rămân o prioritate în contextul competiției ridicate din industria IT. Compania răspunde prin remunerare competitivă, programe de lucru flexibile și acces la dezvoltare profesională.

**Riscuri operaționale: stabilitatea sistemului**

Continuitatea platformei 2Performant.com este esențială, întrucât orice întrerupere are impact direct asupra rezultatelor. Odată cu creșterea numărului de clienți și tranzacții, există riscul ca arhitectura actuală să nu asigure redundanța și agilitatea necesare. Pentru a preveni acest risc, 2Performant investește constant în mentenanța serverelor, tehnologii noi și îmbunătățirea arhitecturii.

**Riscuri operaționale: atribuirea conversiilor**

Profitabilitatea platformei depinde de capacitatea tehnologiei de a atribui corect conversiile. Restricțiile de confidențialitate impuse de browsere și migrarea către aplicații mobile pot limita capacitatea de tracking. 2Performant dezvoltă continuu metode alternative de atribuire în parteneriat cu magazinele active.

**Riscul asociat cu realizarea prognozelor**

Prognozele se bazează pe ipoteze privind creșterea eCommerce-ului, extinderea bazei de magazine și stabilitatea rețelei de afiliați. Factori externi (macroeconomici, legislativi, comportament de consum) pot influența rezultatele. Compania actualizează trimestrial scenariile financiare și ajustează investițiile în funcție de evoluția pieței.

**Riscuri fiscale și legale**

În ultimii doi ani, mediul fiscal din România a devenit tot mai impredictibil: modificări frecvente de legislație, creșteri de taxe, redefinirea regimului microîntreprinderilor. La nivel european, directivele DAC7 și DAC8, plus reglementările privind datele, aduc cerințe suplimentare de conformitate. 2Performant lucrează cu consultanți specializați și aplică procese interne de audit.

**Riscuri economice generale**

Volatilitatea economică europeană, inflație, costuri de finanțare ridicate și consum mai lent, poate afecta indirect bugetele de marketing ale magazinelor. 2Performant răspunde prin diversificarea portofoliului, extinderea geografică și orientarea spre produse cu impact direct și măsurabil în vânzările partenerilor.

**Alte riscuri**

Riscurile de mai sus reflectă cele mai importante aspecte cunoscute la data raportării, dar nu acoperă toate riscurile posibile. Investitorii sunt încurajați să realizeze propria analiză de risc înainte de luarea oricărei decizii.

# DECLARAȚIA CONDUCERII

București, 26 mai 2026

Subsemnatul Dorin Boerescu, în calitate de Președinte Consiliu de Administrație 2Performant Network S.A. societate cu sediul social în București, Bd Corneliu Coposu 6-8, Unirii View Building, etaj 2 (office) ResCo-working09, sector 3, cod unic de înregistrare 26405652, număr de ordin la Oficiul Registrul Comerțului J40/493/2010, declar pe proprie răspundere, cunoscând dispozițiile art. 326 Noul Cod Penal, cu privire la falsul în declarații, următoarele:

- După cunoștințele mele, rezultatele financiare pentru perioada de șase luni încheiată la 31 martie 2026 au fost întocmite în conformitate cu standardele contabile aplicabile și oferă o imagine corectă și conformă cu realitatea contabilă a activelor, obligațiilor, poziției financiare, contului de profit și pierdere ale companiei;
- Raportul trimestrial aferent perioadei 01.01.2026 - 31.03.2026, transmis operatorului pieței de capital - BVB - precum și Autorității de Supraveghere Financiară, prezintă în mod corect și complet informațiile despre companie.

**Dorin Boerescu**

PREȘEDINTE CONSILIU DE ADMINISTRAȚIE, 2PERFORMANT NETWORK S.A.

