

BRAND24

**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU
Z DZIAŁALNOŚCI BRAND 24 S.A. W 2017 ROKU**

DATA PUBLIKACJI – 21 MARCA 2018 r.

WROCŁAW



PODSUMOWANIE 2017 ROKU

2 196

liczba aktywnych klientów
na koniec roku

+55%

wzrost liczby aktywnych klientów

7.5 mln zł

przychody ze sprzedaży

+49%

wzrost przychodów

22 mld

zebranych wzmianek

20 000 GB

Pamięci RAM na serwerach
obsługujących technologię Brand24

87

krajów, w których mamy klientów

**Fast
500**

Obecność w rankingu
Deloitte Technology Fast 500 EMEA

SPIS TREŚCI

1	LIST PREZESA ZARZĄDU	
2	WYBRANE DANE FINANSOWE	str. 6-7
3	DZIAŁALNOŚĆ BRAND 24 Informacja nt. Grupy Kapitałowej Brand 24 <i>Działalność Grupy Kapitałowej</i> <i>Informacja nt. Spółki Zależnej</i> Obszar operacyjny <i>Model biznesowy – oferta produktowa</i> <i>Odbiorcy usług</i> <i>Najważniejsze wydarzenia w 2017 roku oraz do dnia sporządzenia sprawozdania</i> Obszar finansowy <i>Umowy finansowe</i> <i>Emisje papierów wartościowych</i> <i>Inwestycje</i>	str. 8-14
4	SYTUACJA FINANSOWA Omówienie danych operacyjnych Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa Prognozy wyników finansowych	str. 15-24
5	PERSPEKTYWY ROZWOJU ORAZ RYZYKA I ZAGROŻENIA Strategia Brand 24 Perspektywy i czynniki rozwoju Grupy Kapitałowej Ryzyko prowadzonej działalności <i>Ryzyko operacyjne</i> <i>Ryzyko finansowe</i>	str. 25-32
6	OŚWIADCZENIE W SPRAWIE ŁADU KORPORACYJNEGO Stosowane zasady ładu korporacyjnego Akcje i akcjonariat <i>Struktura kapitału zakładowego</i> <i>Struktura akcjonariatu</i> <i>Program motywacyjny</i> <i>Akcje w obrocie na NewConnect</i> Władze <i>Zarząd</i> <i>Rada Nadzorcza</i> <i>Wynagrodzenie osób zarządzających i nadzorujących</i>	str. 33-38
7	POZOSTAŁE INFORMACJE Zasady sporządzenia sprawozdań finansowych Postępowania przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej Zagadnienia dotyczące środowiska naturalnego Informacja o zatrudnieniu Osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju Wyróżnienia i nagrody Autoryzowany Doradca	str. 39-40
8	OŚWIADCZENIA ZARZĄDU oświadczenie Zarządu w sprawie rzetelności sprawozdań oświadczenie Zarządu w sprawie podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych	str. 41-42

Szanowni Klienci i Akcjonariusze,

Kilkaset złotych na koncie, trochę umiejętności oraz sporo determinacji. Tak sześć lat temu startowaliśmy z pomysłem na Brand24. Nie będę czarował mówiąc, że od początku celem była budowa globalnego lidera branży monitoringu mediów. Celem było najpierw przetrwać i zdobyć pierwszych klientów.

Sześć lat później zamknęliśmy najlepszy w historii firmy rok: 2017. Z końcem roku, z usług Brand24 korzystało 2 196 klientów z 87 krajów. W 2017 roku nasza liczba aktywnych klientów wzrosła o 55%, a przychody ze sprzedaży wzrosły do 7.5 mln zł (wzrost o 49% rok do roku). Motorem spółki staje się wersja zagraniczna, której miesięczne powtarzalne przychody (MRR) wzrosły 138% rok do roku. Szybki wzrost popularności narzędzia pozwolił, aby Brand24 dołączyło do grona 500 najszybciej rosnących spółek technologicznych w regionie EMEA wg rankingu Deloitte Fast 500. To był dla nas przełomowy rok. Udowodniliśmy, że możemy szybko i w skalowalny sposób rosnąć nie tylko w Polsce, ale przede wszystkim za granicą. Z każdej wydanej na pozyskanie klienta złotówki, generujemy 5 zł. Bez wychodzenia z naszych polskich biur zdobywamy klientów w USA, Japonii, Meksyku, Argentynie, Gwatemali, Arabii Saudyjskiej, Tajlandii, Indonezji, Indiach, Wielkiej Brytanii, Kanadzie, Nowej Zelandii i wielu innych miejscach na świecie.

W oparciu o powyższe wyniki, w listopadzie 2017 roku zrealizowaliśmy rundę finansowania, w ramach której pozyskaliśmy 3.5 mln zł. W oparciu o dodatkowe środki powiększamy dwukrotnie nasz dział programistyczny. W ten sposób, będziemy wprowadzać nowe funkcje narzędzia szybciej niż kiedykolwiek. Pozwoli to na wypracowanie jeszcze lepszej konwersji z kont testowych na płatnych klientów, a tym samym pomoże w uzyskaniu jeszcze korzystniejszego kosztu akwizycji klienta i marż.

W roku 2018 planujemy uruchomić nowe funkcje narzędzia: m.in. geolokalizację danych oraz jeszcze bardziej zaawansowaną analizę treści publikowanych w kontekście wskazanej marki. To funkcje, które podnoszą użyteczność usługi monitoringu dla małych i średnich przedsiębiorstw, które stają się dominującą grupą docelową wśród naszych klientów. Większość działających globalnie narzędzi monitoringu mediów oferuje usługi firmom Fortune 500. Brand24 jest monitoringiem mediów dla firm Fortune 5,000,000. To rynek wręcz stworzony dla biznesów działających w modelu subskrypcyjnym takich jak nasz.

Rok 2018 upłynie także pod znakiem pracy nad wzbogaceniem danych historycznych w wersji zagranicznej Brand24. Mowa tu o danych, jakie prezentujemy firmom testującym nasz produkt. Im głębsze archiwum danych prezentowanych w ramach testu, tym większa szansa, że testujący trafi na interesujące wyniki. Więcej interesujących wyników oznacza z kolei wyższą konwersję kont testowych na płatne, a tym samym spadek kosztu akwizycji klienta i wzrost marży.

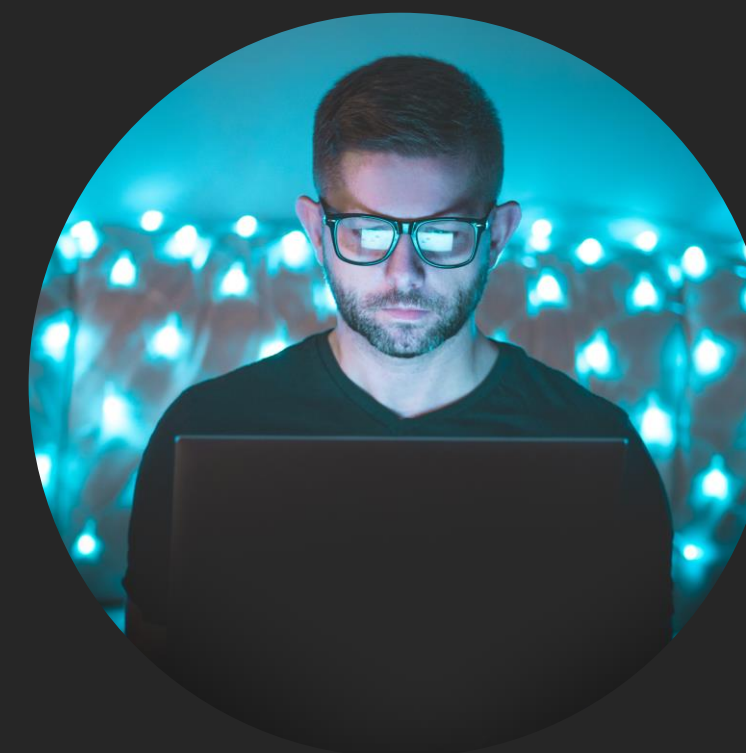
Jednym z popularnych pytań zadawanych nam przez inwestorów, jest pytanie o zyski. Dlaczego Brand24 operuje na niewielkiej stracie? Kiedy spółka osiągnie break even? To bardzo dobre pytania, na które odpowiedź brzmi: w tej chwili reinwestujemy zyski, bo wierzymy mocno, że Brand24 może być czymś wielkim. Najszybszą drogą do dołączenia do elitarnego grona firm działających globalnie, w modelu subskrypcyjnym, które klientów liczą w dziesiątkach, a nawet i setkach tysięcy - jest reinwestowanie zysków. To nie czas na "przybijanie sobie piątek" tylko dlatego, że przekroczyliśmy 2 tysiące aktywnych klientów. Nie czas na odcinanie kuponów. Wiem, że brzmi to jak wygodna wymówka, którą zapewne posługiwał się już niejeden. Dlatego warto spojrzeć na naszą historię kosztów i finansowania. Rozwijając Brand24 i doprowadzając spółkę do aktualnej formy ponieśliśmy prawie 20 mln kosztów, z czego jedynie 2 mln stanowiło finansowanie zewnętrzne.

LIST PREZESA ZARZĄDU

Kolejne popularne pytanie to: co jeśli swoją usługę monitoring mediów uruchomi gigant jak Google, czy Facebook? Nie powinniśmy się obawiać takiego scenariusza. Szczególnie w przypadku usług dla biznesu, wejście bardzo dużego gracza potrafi pomóc w rozwoju. Oczywiście rośnie konkurencja, ale gigantycznie rośnie też rynek. Znacznie lepiej mieć 5% rynku monitoringu wartego 10 mld dolarów (po wejściu FB, czy Google), niż 20% rynku wartego 100 mln dolarów. Ponadto zawsze będziemy w stanie oferować funkcje, z których wdrożeniem Facebook, czy Google nie będzie nadążał operując na dużej bezwładności. Także w tym przypadku tego typu wyjaśnienia mogą wyglądać na dorabianie sobie przez nas ideologii i próbę szukania pozytywów na siłę, ale nie taki jest cel. Wystarczy spojrzeć na segment narzędzi analityki internetowej, w którym Google stał się absolutnym, niekwestionowanym liderem. Mimo to, bardzo dobrze radzą sobie tam mniejsze firmy, jak Mixpanel, Heap Analytics, Hotjar, Amplitude i masa innych, które z powodzeniem konkurują z Google Analytics i zbudowały portfolio klientów liczące dziesiątki tysięcy firm z całego Świata.

Brand24 współtworzy ponad 60 wspaniałych osób. Zdeterminowanych i skupionych na zbudowaniu pozycji globalnego lidera monitoringu mediów. Determinacja, która pozwoliła nam 6 lat temu zrobić coś z niczego, jest dziś większa niż kiedykolwiek. Jako Prezes Brand24, nie mam udziałów w żadnych innych firmach. Nie inwestuję w jakiegokolwiek inne projekty. Skupiam się w 100% na Brand24, które jest dla nas prawdopodobnie jedyną w życiu szansą na zrobienie czegoś naprawdę dużego. Mimo, że mamy świadomość swojego miejsca w szeregu i tego jak wiele wyzwań czeka nas w najbliższych latach - nigdy nie byłem bardziej podekscytowany pracą w tej firmie. Pracą nad globalnym produktem tworzonym z pasją, która pozwoli nam wejść w globalny rynek monitoringu mediów niczym dzika kuna w rabarbar.

Dziękujemy za dotychczas okazane nam zaufanie i to, że z uwagą śledzą Państwo nasze poczynania. Zapraszamy do lektury Raportu Rocznego Brand24.



Michał
Sadowski
Prezes Zarządu

Wybrane

DANE FINANSOWE

1. Wybrane dane finansowe Brand 24 S.A.

Pozycja	w tys. PLN		w tys. EUR	
	2017	2016	2017	2016
Przychody ze sprzedaży	7 485	5 031	1 763	1 150
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	3 388	2 668	798	610
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	(557)	(307)	(131)	(70)
Zysk (strata) netto	(700)	(403)	(165)	(92)
EBITDA	(256)	(188)	(60)	(43)
	31.12.2017	31.12.2016	31.12.2017	31.12.2016
Aktywa razem	4 745	1 873	1 138	423
Aktywa obrotowe	3 729	1 067	894	241
Kapitał własny	3 862	1 337	926	302
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	883	536	212	121

Pozycje dotyczące aktywów i pasywów na koniec okresu sprawozdawczego i analogicznego w okresie poprzednim przeliczono według średniego kursu ogłoszonego na ostatni dzień bilansowy przez NBP. Kurs ten wyniósł:

- kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2017 roku 1 EUR = 4.1709 PLN
- kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2016 roku 1 EUR = 4.4240 PLN.

Pozycje dotyczące rachunku wyników przeliczono według kursu stanowiącego średnią arytmetyczną średnich kursów ogłaszanych przez NBP obowiązujących na ostatni dzień każdego miesiąca. Kurs ten wyniósł:

w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2017 roku 1 EUR = 4.2447 PLN
w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2016 roku 1 EUR = 4.3757 PLN.

DZIAŁALNOŚĆ BRAND 24 S.A.



Informacja nt. Brand 24

- działalność Brand 24 S.A.
- informacja nt. Spółki Zależnej



Obszar operacyjny

- model biznesowy – oferta produktowa
- odbiorcy usług
- najważniejsze wydarzenia w 2017 roku oraz do dnia sporządzenia sprawozdania



Obszar finansowy

- umowy finansowe
- emisje papierów wartościowych
- inwestycje

2. Działalność Brand 24 S.A.

Działalność Brand 24 S.A.

Działalność Grupy prowadzona jest w ramach spółek Brand 24 S.A. (Emitent, Brand 24, Jednostka Dominująca), która jest liderem na polskim rynku usług monitoringu Internetu oraz spółki zależnej Brand24 Global Inc. (Spółka Zależna), która odpowiada za obsługę klientów spoza Polski. Emitent został założony w 2011 r. jako spółka akcyjna. Podstawowym przedmiotem działalności jest sprzedaż dostępu do oprogramowania internetowego umożliwiającego monitoring treści w sieci. Brand 24 posiada 4 biura w Polsce zlokalizowane we Wrocławiu, Warszawie, Gdańsku i Krakowie. Emitent oraz Spółka zależna nie posiadają oddziałów w rozumieniu ustawy o rachunkowości oraz zakładów innych niż wskazane powyżej biura w Polsce.



Informacja nt. Spółki Zależnej

Spółka Zależna została utworzona i działa zgodnie z prawem stanu Delaware (USA). Emitent posiada 100% kapitału zakładowego/ogólnej liczby głosów w tej spółce. Spółka Zależna prowadzi działalność tożsamą do działalności Emitenta na terytorium Stanów Zjednoczonych i dostarcza rozwiązania identyczne jak Brand24. Spółka Zależna oraz Emitent od 2016 roku są związani umową odsprzedaży („reseller agreement”), której przedmiotem jest dystrybucja produktu Brand 24 na terytorium Stanów Zjednoczonych oraz współpraca stron w celu zapewnienia odpowiedniej jakości usług świadczonym klientom ze Stanów Zjednoczonych. Emitent nie sporządza skonsolidowanych sprawozdań finansowych, w których Emitent konsolidowałby wyniki Spółki Zależnej z uwagi na nieistotną różnicę pomiędzy poszczególnymi pozycjami jednostkowego i ewentualnego skonsolidowanego sprawozdania finansowego Brand 24 S.A. Działalność operacyjna Spółki Zależnej sprowadza się do roli dystrybutora usług, jakie świadczy Brand 24 S.A., a zarazem Spółka Zależna nie handluje żadnymi innymi usługami. Taki rodzaj współpracy powoduje, że marżowość działalności operacyjnej Spółki Zależnej jest znikoma, a wartość jej przychodów jest zbliżona do wartości przychodów, jakie powstają w Jednostce Dominującej ze sprzedaży do Spółki Zależnej. W efekcie wyniki skonsolidowane 2017 roku byłyby tylko nieznacznie różne od wyników jednostkowych Brand 24 S.A. Mając powyższe na uwadze zgodnie z art. 58 ust. 1 Ustawy o rachunkowości Spółka nie sporządza skonsolidowanych sprawozdań finansowych, gdyż dane finansowe spółek zależnych są łącznie nieistotne dla realizacji obowiązku określonego w art. 4 ust. 1 Ustawy o rachunkowości.

Poniżej zaprezentowano wybrane dane finansowe Spółki Zależnej Brand24 Global Inc. Zaprezentowane dane zostały przeliczone na PLN z USD tj. waluty, w której Spółka Zależna sporządza sprawozdania finansowe.

Pozycja	w tys. PLN	
	2017	2016
Przychody ze sprzedaży	2 430	382
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	176	239
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	18	34
Zysk (strata) netto	3	29
EBITDA	18	34
	31.12.2017	31.12.2016
Aktywa razem	36	30
Aktywa obrotowe	36	30
Kapitał własny	36	30
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	-	-

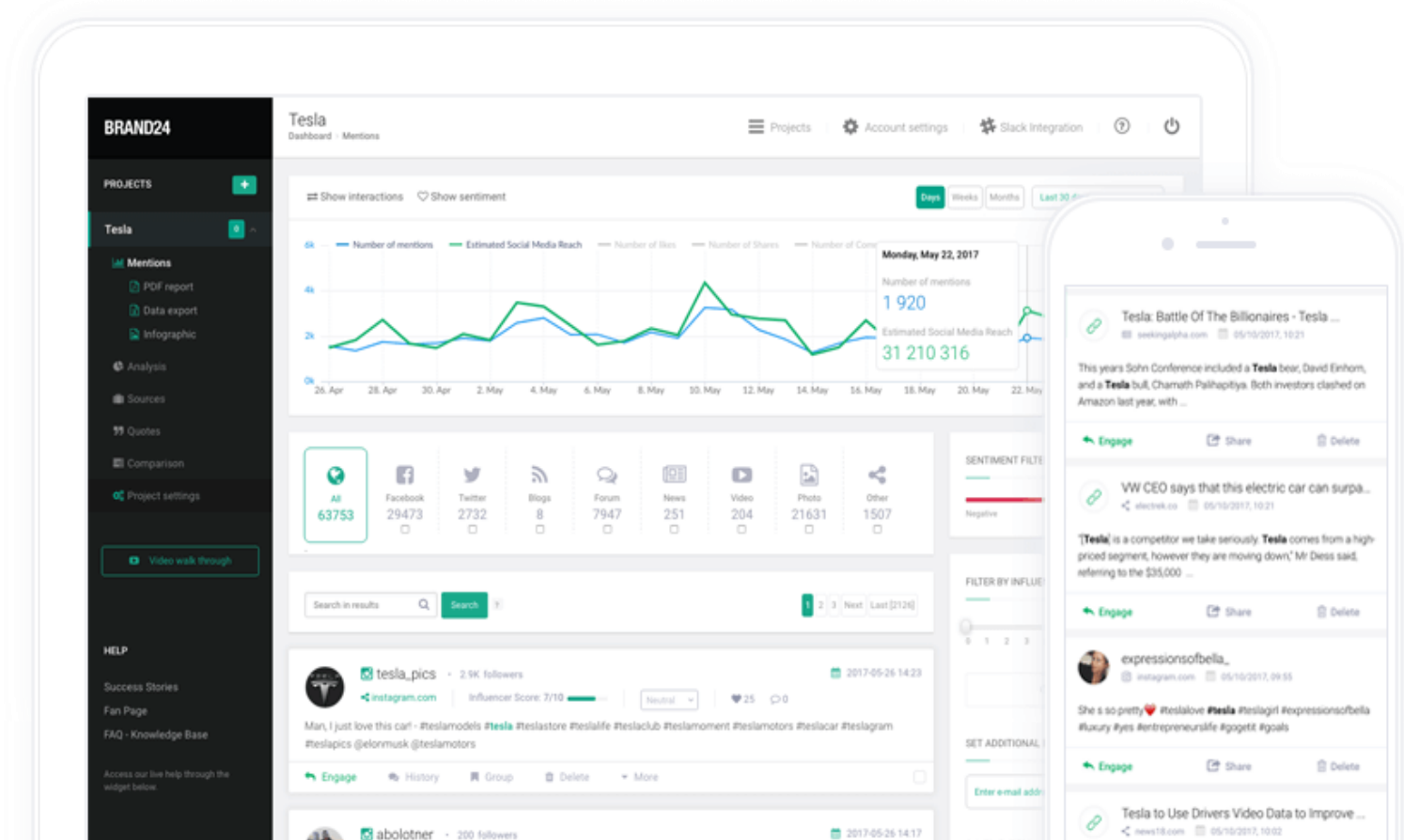
Rozwiązanie Brand 24

Emitent jest twórcą i dostawcą oprogramowania analitycznego Brand 24 służącego do monitorowania treści w Internecie, m.in. w mediach społecznościowych, na blogach, forach oraz w serwisach informacyjnych.

Oprogramowanie Brand 24 zgodnie z kryteriami zdefiniowanym przez użytkownika zbiera i wstępnie analizuje publiczne wzmianki na temat marek, produktów oraz ogólnie poruszanych tematów zawierających monitorowane słowa kluczowe. Oprogramowanie dostępne jest w wersji web (za pośrednictwem przeglądarki internetowej) oraz w formie aplikacji mobilnej na urządzenia z systemem Android oraz iOS.

Oprogramowanie Brand 24 pozwala użytkownikowi na:

- uzyskanie informacji o klientach – zrozumienie ich preferencji w celu lepszego dostosowania komunikacji i działań marketingowych.
- akwizycję klientów – dotarcie do obecnych i potencjalnych klientów oraz generowanie leadów sprzedażowych.
- spersonalizowaną komunikację – nawiązanie bezpośredniej korespondencji z klientami tam gdzie pojawia się dyskusja na temat danej marki czy produktu. Pozwala to punktowo wpływać na wizerunek marki, co przekłada się na lepsze jej postrzeganie oraz wzrost poziomu zadowolenia klientów.
- odnalezienie tzw. Influencerów, czyli osób, które wpływają na aktualne trendy w konkretnej branży, umożliwia to dodatkowe promowanie danej marki przy bezpośredniej współpracy z osobami cenionymi w danym środowisku.



Funkcjonalności dostępne w Brand 24 wspierają zarządzanie marką w Internecie poprzez:

- ochronę wizerunku, dzięki szybkiemu dostępowi do dyskusji na temat firmy czy produktu o największym zasięgu,
- analizę efektywności działań marketingowych, pozwalającą na optymalizację jej kosztów,
- analizę działań konkurencji,
- identyfikację osób komunikujących wątki związane z marką i nawiązanie z nimi interakcji w miejscu pozostawienia śladów tej komunikacji.

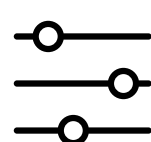
Emitent posiada ugruntowaną pozycję na krajowym rynku monitoringu Internetu, a także rozwija ją na arenie międzynarodowej. Potwierdzeniem wysokiej jakości narzędzia Brand 24 są liczne bardzo dobre recenzje użytkowników i opinie ekspertów.

Technologia

Technologia wykorzystywana przez Emitenta została stworzona wewnątrz przez zespół założycieli i pracowników Spółki. Od ponad 6 lat technologia ta jest cały czas rozwijana a jej cechami charakterystycznymi są:

- działanie w czasie rzeczywistym,
- możliwość uzyskania dostępu do oprogramowania w dowolnym czasie, z dowolnego miejsca na ziemi i z dowolnego urządzenia z podłączeniem do Internetu,
- automatyzacja procesu wyszukiwania poruszanych w Internecie zagadnień przy wykorzystaniu technologii big data (wykorzystanie robotów internetowych, ang. "web crawler"),
- archiwizacja miliardów wzmianek identyfikowanych dla byłych i obecnych klientów Spółki oraz udostępnianie zasobów archiwalnych, przy kolejnych wyszukiwaniach,
- śledzenie milionów źródeł jednocześnie, włączając serwisy społecznościowe, blogi czy serwisy prasowe,
- łatwa skalowalność na dziesiątki tysięcy użytkowników bez potrzeby proporcjonalnego powiększania zespołu osobowego oraz zmiany technologii,
- oszczędność czasu i zasobów dzięki automatyzacji analityki trendów i sentymentu.

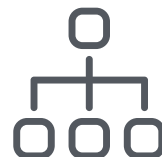
Oprogramowanie dostarczane jest w formacie SaaS (ang. software as service) w chmurze publicznej w kilku wariantach abonamentowych w wersjach dedykowanych rynkowi polskiemu oraz wersji globalnej.



łatwa skalowalność



oszczędność zasobów



korzyści skali wpływające
na jakość produktu

Model SaaS

Oprogramowanie SaaS, które stanowi jeden z modeli chmury obliczeniowej, coraz częściej zastępuje tradycyjne oprogramowanie pozwalając klientom na optymalizację wykorzystywanych zasobów, podniesienie niezawodności, skalowalności i elastyczności wykorzystywanych rozwiązań. SaaS jest najbardziej kompleksową usługą segmentu Cloud Computing polegającą na dostarczeniu usługobiorcy aplikacji oraz infrastruktury niezbędnej do jej prawidłowego działania.

Sprzedaż produktu w formie SaaS polega na zdalnym udostępnianiu oprogramowania przez Internet. W ramach SaaS świadczone są m.in. usługi wspomagające zarządzanie przedsiębiorstwem oraz sprzedaż produktów i usług przez nie oferowanych. Przychody spółek z branży SaaS generowane są głównie poprzez pobieranie z góry opłat abonamentowych za dostęp do oprogramowania. Istnieje także wiele dodatkowych modeli pobierania opłat, m.in. opłata za transakcję, wolumen, funkcje, limity wykorzystania zasobów.

Sprzedaż oprogramowania w formie SaaS niesie za sobą znaczące korzyści zarówno po stronie klienta, jak i dostawcy. Najczęściej wymieniane korzyści dla klienta to:

- oszczędności na kosztach sprzętu, infrastruktury, wsparcia i serwisu,
- uproszczenie procesu implementacji aplikacji (krótki czas wdrożenia oraz marginalne koszty implementacji) – dotyczy to również aktualizacji oprogramowania do najnowszej wersji, która najczęściej wykonywana jest przez dostawcę automatycznie i bezobsługowo ze strony klienta,
- cykliczne i stosunkowo niskie płatności abonamentowe zamiast wysokiego jednorazowego kosztu zakupu oprogramowania i niezbędnej infrastruktury,
- mnogość pakietów pozwalająca na rezygnację z usługi w dowolnym momencie,
- skalowalność produktu wraz ze wzrostem zapotrzebowania ze strony klienta,
- dostępność usługi – możliwość korzystania z aplikacji z dowolnego miejsca za pomocą komputerów stacjonarnych i urządzeń mobilnych.

2. Działalność Brand 24 / Odbiorcy usług

Najczęstszymi odbiorcami oprogramowania Emitenta są firmy małe, zatrudniające do 50 osób, które stanowią ponad 50% całkowitej liczby klientów, jednocześnie klientami Emitenta są również znane, rozpoznawalne globalnie lub regionalnie marki.

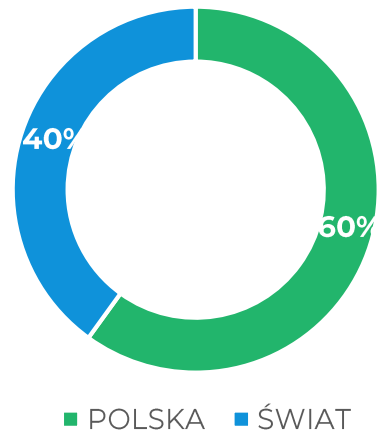
Poniżej zaprezentowano informację nt. liczby klientów korzystających z rozwiązania Brand 24 wyrażonej przez liczbę aktywnych kont na koniec poszczególnych kwartałów w latach 2016 - 2017 roku.



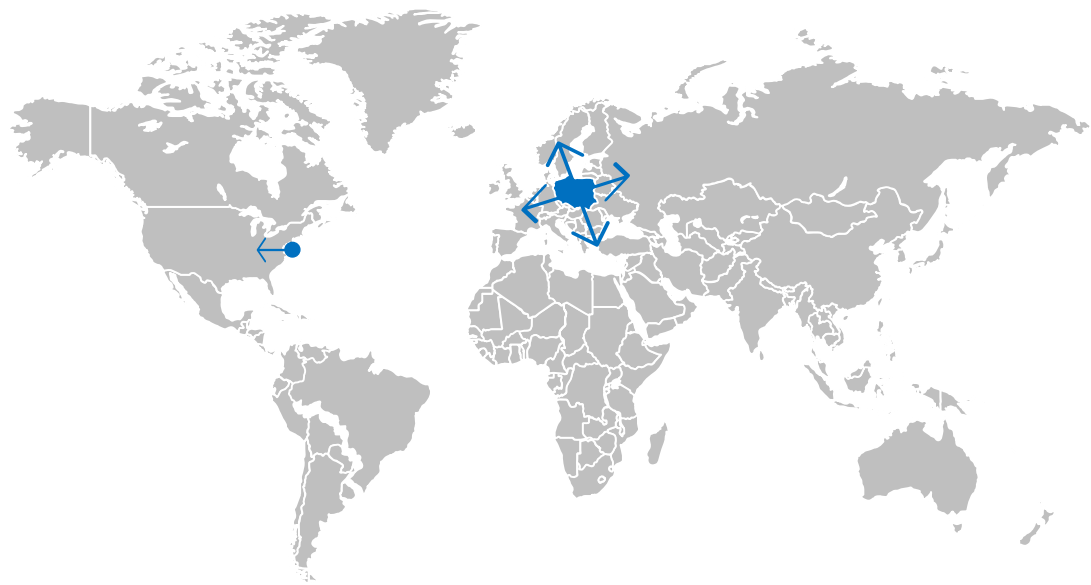
Większość klientów Brand 24 wykorzystuje oprogramowanie na potrzeby własne. W pozostałym zakresie klienci korzystający z rozwiązania Brand 24 to agencje (interaktywne, SEM/SEO, PR, domy mediowe), wykorzystujące oprogramowanie przy projektach wykonywanych na rzecz podmiotów trzecich. Brand 24 monitoruje dziesiątki tysięcy słów kluczowych dla klientów pochodzących z ponad 87 krajów m.in. z USA, Wielkiej Brytanii, Polski, Indonezji, Włoch, Bułgarii, Kanady, Singapuru, Emiratów Arabskich oraz Australii. W gronie użytkowników narzędzia Brand 24 znajdują się takie marki jak Intel, Carlsberg, IKEA, Raiffesen Raiffeisen Polbank, H&M, Vichy, GlaxoSmithKleine, czy Credit Agricole.

Ekspansja zagraniczna rozpoczęła się wraz z uruchomieniem globalnej wersji narzędzia Brand24 w 2015 roku. Od tego momentu dynamicznie przybywa klientów korzystających z narzędzia poza granicami Polski. Poniżej przedstawiono strukturę geograficzną klientów Brand 24 według stanu na koniec 2017 roku.

PODZIAŁ KLIENTÓW



Emitent zakłada, że udział zagranicznych klientów w najbliższych latach będzie rósł.



Zdarzenia operacyjne

Poniżej przedstawiono najważniejsze wydarzenia o charakterze operacyjnym jakie miały miejsce w 2017 roku:

- Przekroczenie 2 tys. aktywnych klientów
- uruchomienie nowej aplikacji mobilnej Brand 24 i rozpoczęcie systematycznego pozyskiwania klientów z kanału mobilnego,
- opracowanie algorytmu oceny sentymentu wypowiedzi dla kluczowych języków obcych (angielski, hiszpański, niemiecki, włoski, rosyjski oraz turecki), co poprawia funkcjonalność narzędzia i jakość prezentowanych danych dla klientów międzynarodowych,
- Spółka kontynuowała proces wzmacniania zespołu informatycznego w celu przyspieszenia prac nad nowymi funkcjonalnościami oraz poprawieniem jakości prezentowanych danych, a także nad zwiększeniem efektywności automatycznych procesów sprzedażowych i późniejszej obsługi klienta.
- Integracja rozwiązania Brand24 z nowymi serwisami internetowymi

Inne istotne wydarzenia

- w sierpniu 2017 roku Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Emitenta zmieniło statut Spółki dostosowujących go do najlepszych praktyk stosowanych na rynku kapitałowym oraz upoważniło zarząd Spółki do podwyższenia kapitału zakładowego w ramach kapitału docelowego;
- w październiku i listopadzie 2017 roku w wyniku realizacji założeń programu motywacyjnego uruchomionego w Brand 24 członkowie zarządu Brand 24 oraz kluczowi menadżerowie, będący uczestnikami tego programu objęli łącznie 156 096 akcji;
- w dniu 18 października 2017 roku NWZ Brand 24 podjęło uchwałę w sprawie przyjęcia w Brand 24 nowego programu motywacyjnego skierowanego do kluczowych pracowników i współpracowników Brand 24. Uchwalony program będzie realizowany w latach 2018-2020 i polegać będzie na przyznaniu jego uczestnikom prawa do objęcia nie więcej niż 102 143 akcji zwykłych na okaziciela serii H, emitowanych w ramach warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego Brand 24. Szczegółowe informacje nt. programu motywacyjnego zostały zamieszczone w punkcie *Program motywacyjny*.

- W związku z przyjęciem ww. programu, NWZ Brand 24 podjęło ponadto uchwałę w sprawie warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego o kwotę nie większą niż 10 214.30 zł w drodze emisji 102 143 akcji zwykłych na okaziciela serii H, pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru akcji serii H oraz w sprawie zmian statutu Brand 24.
- W dniu 7 listopada 2017 roku Brand 24 ustalił cenę emisyjną akcji serii I na 31.76 zł i w związku ze złożeniem przez inwestorów deklaracji objęcia akcji serii I, Brand 24 zawarł z tymi inwestorami umowy objęcia akcji na łączną liczbę 110 000 akcji serii I o łącznej wartości 3 493 600 zł.

Istotne zdarzenia po zakończeniu okresu sprawozdawczego

- Po zakończeniu okresu sprawozdawczego miał miejsce debiut akcji Spółki w obrocie na Alternatywnym Systemie Obrotu NewConnect. Szczegółowe informacje na ten temat zostały zamieszczone w punkcie *Akcje w obrocie na NewConnect*.

Umowy finansowe

Spółka dysponuje jednorocznym kredytem w rachunku bieżącym do maksymalnej wysokości 1 mln zł udzielonym na mocy umowy z dnia 26 maja 2017 roku zawartej z Alior Bank S.A. Termin spłaty kredytu przypada na dzień 25 maja 2018 roku.

Emitent zobowiązany jest do niewypłacania lub do nieprzekazywania w jakiejkolwiek formie akcjonariuszom lub innym uprawnionym osobom żadnych kwot pieniężnych przekraczających 0.01% zysku netto wypracowanego w danym roku przez Emitenta, tytułem dywidend lub innych wypłat związanych z udziałem w kapitale zakładowym Emitenta, jak również do nieprzekazywania tym osobom żadnych innych świadczeń majątkowych wynikających z posiadanych przez nich akcji bez uprzedniej pisemnej zgody Alior Bank S.A. w okresie obowiązywania umowy kredytowej.

W 2017 roku spółki z Grupy Kapitałowej Brand 24 nie udzielały pożyczek, poręczeń lub gwarancji.

Emisje papierów wartościowych

W 2017 roku miała miejsce oferta prywatna nowej emisji akcji serii I. Oferta ta rozpoczęła się w dniu 30 października 2017 r. z chwilą podjęcia przez Zarząd Spółki uchwały w sprawie podwyższenia kapitału zakładowego z wyłączeniem prawa poboru w drodze emisji akcji nowej serii w ramach kapitału docelowego, zaś zakończyła się zawarciem wszystkich umów objęcia akcji serii I. Przydział 110.000 akcji serii I został dokonany w dniu 14 listopada 2017 r. Z emisji akcji serii I pozyskane zostały środki w wysokości ok. 3.5 mln zł brutto (tj. bez wyłączenia kosztów emisji). Informacja nt. przeznaczenia tych środków została zamieszczona w punkcie *Strategia*.

Emitent nie emitował obligacji.

Inwestycje

Emitent rozwija się głównie w oparciu o środki generowane z bieżącej działalności, jak i w mniejszym stopniu o finansowanie zewnętrzne.

W 2017 roku poniesione zostały nakłady inwestycyjne w wysokości 316 tys. zł. Na tę kwotę składały się inwestycje rzeczowe w wysokości ok. 119 tys. zł oraz koszt zakończonych prac rozwojowych w wysokości 197 tys. zł.

SYTUACJA FINANSOWA



Omówienie danych operacyjnych



Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa



Prognozy wyników finansowych



BRAND 24 W LICZBACH

Najważniejsze dane

2 196

AKTYWNYCH KLIENTÓW
NA KONIEC ROKU

7.5 mln

PLN
ROCZNYCH
PRZYCHODÓW

> 0.7 mln

PLN MRR
MIESIĘCZNYCH POWTARZALNYCH
PRZYCHODÓW NA KONIEC ROKU

2.5x

WZROST LICZBY KLIENTÓW
W PRZECIĄGU 2 LAT

Gru 2015 – Gru 2017

**skalowalny
biznes**

2.6x

WZROST PRZYCHODÓW
W OSTATNICH 2 LATACH

2015 vs. 2017

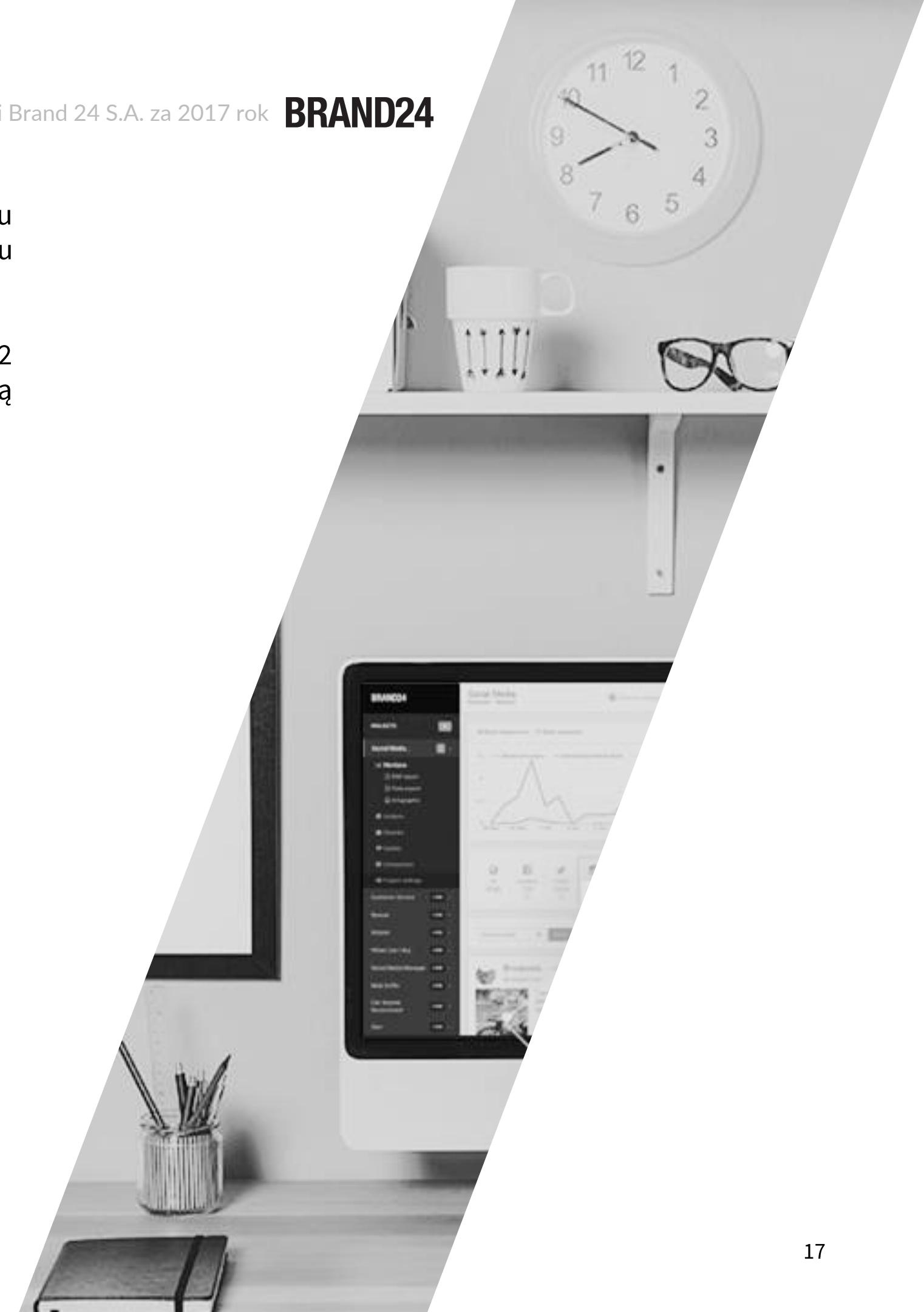
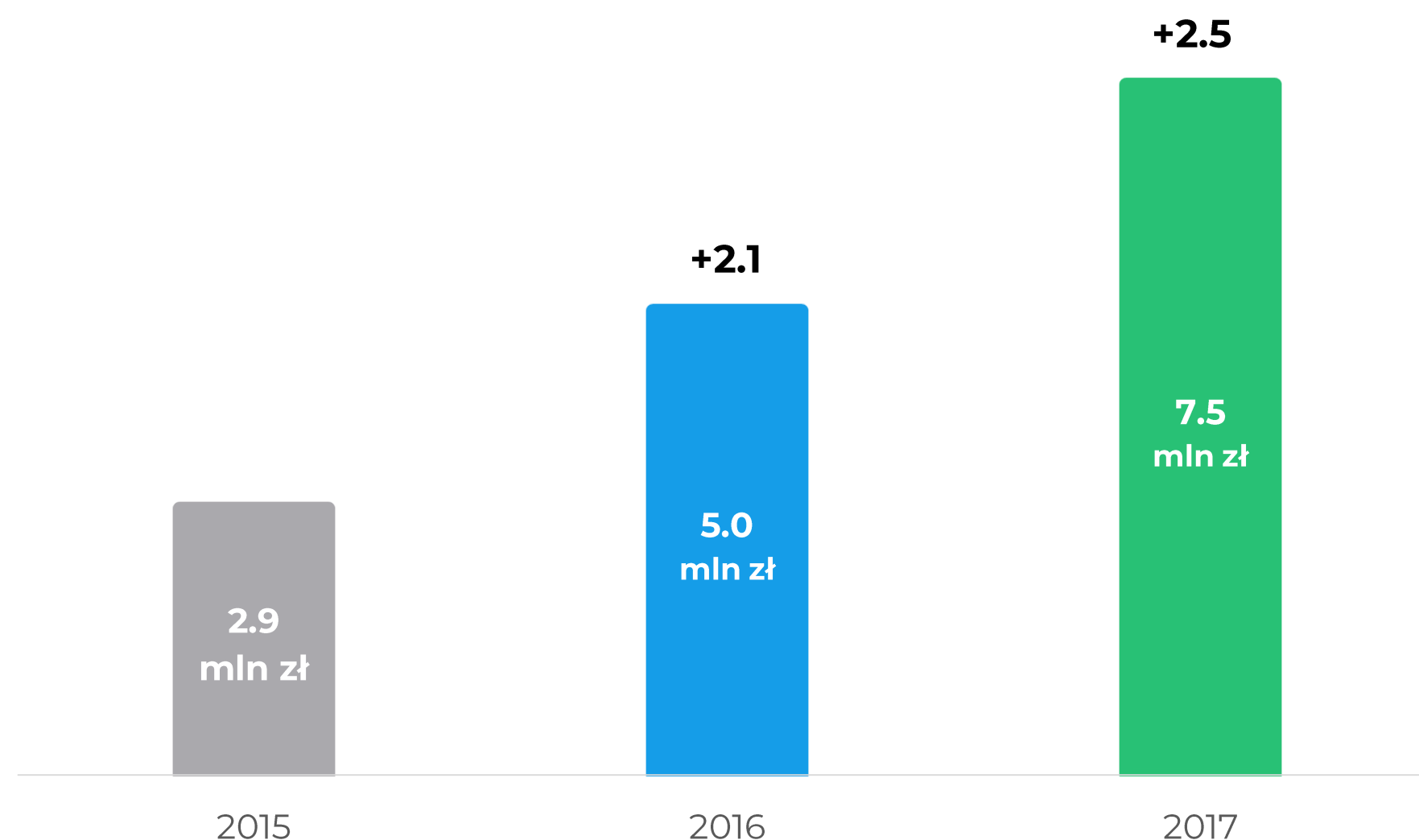
3. Omówienie danych operacyjnych

Sprawozdanie Zarządu z działalności Brand 24 S.A. za 2017 rok **BRAND24**

Brand 24 zakończył rok 2017 z Przychodami na poziomie 7.5 mln złotych co w porównaniu do roku poprzedniego jest wartością większą o 2.5 mln zł (+49%). Tak duży wzrost był możliwy dzięki pozyskaniu dużej liczby nowych klientów.

Jednocześnie EBITDA spółki utrzymała się na poziomie -0.3 mln zł, podobnie jak w roku poprzednim (-0.2 mln zł), co wynika bezpośrednio ze strategii spółki. Środki pieniężne pozyskane ze sprzedaży produktu są inwestowane w rozwój produktu i zwiększenie sprzedaży widoczne rokrocznie we wzrostach przychodów.

PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY
2015-2017



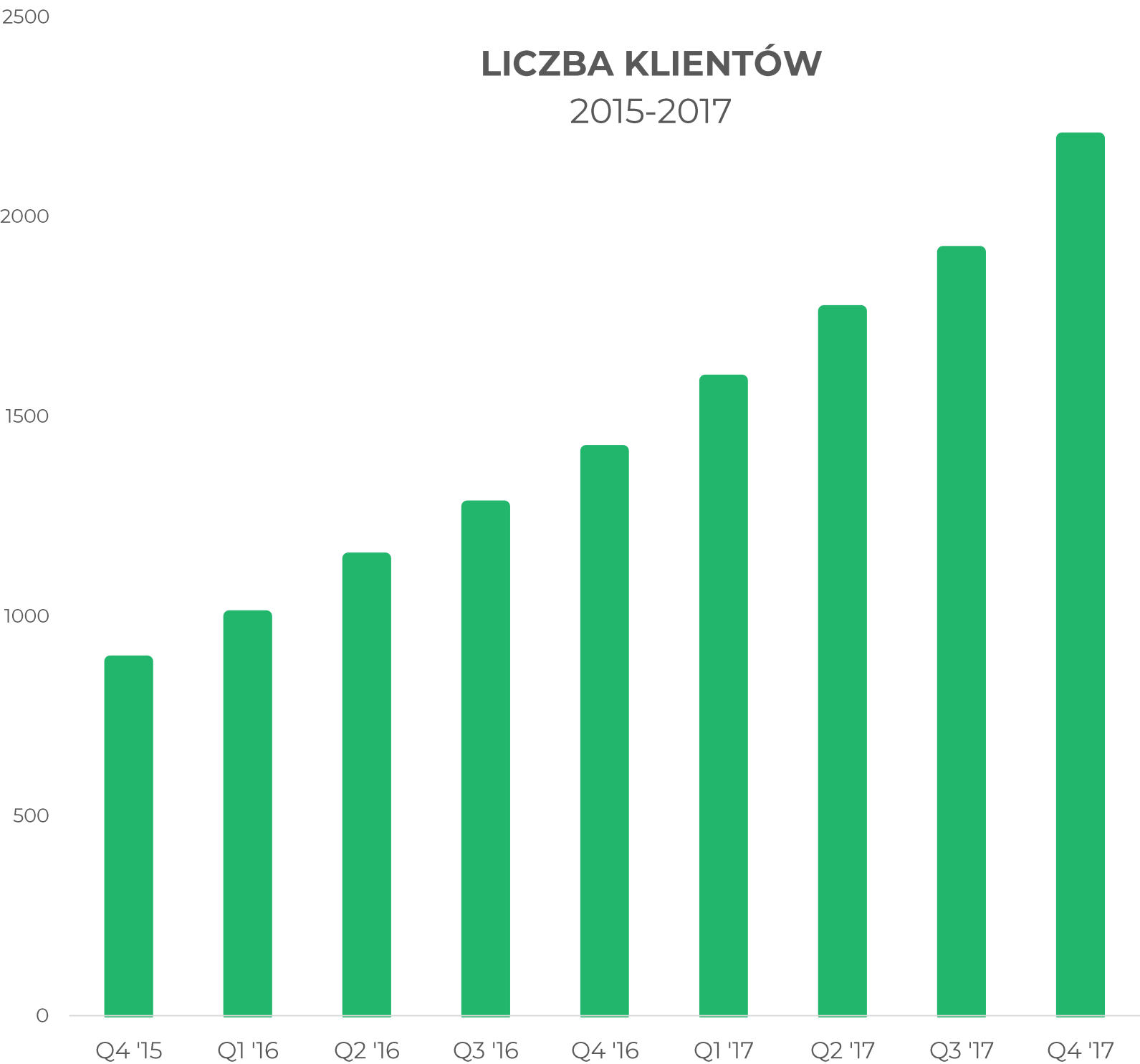
3. Omówienie danych operacyjnych

Na koniec roku Spółka posiadała 2 196 aktywnych użytkowników swojego autorskiego narzędzia, co w porównaniu do 2016 roku jest wynikiem wyższym o 55% (1 414 aktywnych kont na koniec 2016 roku).

Spółkę charakteryzuje wysokie historyczne tempo wzrostu liczby klientów, w okresie 2015-2017 łączna liczba klientów wzrosła o 1 545, co oznacza średnioroczne tempo wzrostu (CAGR) dla wspomnianego okresu na poziomie 50%.

Spółka obecnie skupia się przede wszystkim na sprzedaży globalnej, na rynkach całego świata. Wśród klientów spółki są firmy z ponad 80 państw.

50%
CAGR 2015 – 2017



3. Omówienie danych operacyjnych

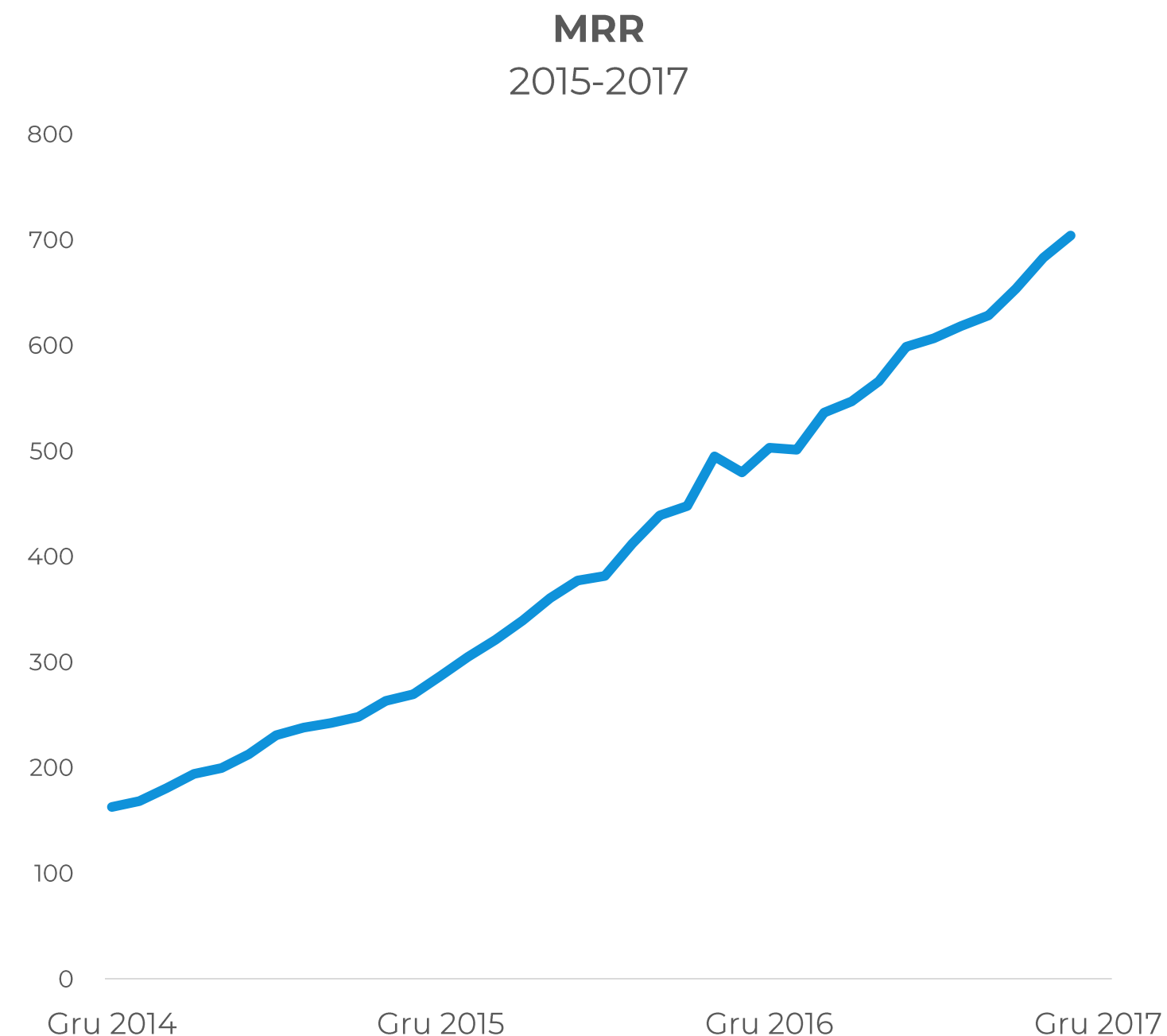
W okresie 2015-2017 wzrostowi liczby klientów towarzyszył dynamiczny wzrost miesięcznych powtarzalnych przychodów (MRR – Monthly Recurring Revenue) na poziomie 66% CAGR.

Na koniec 2016 roku MRR wynosił 480 tys. PLN. W grudniu 2017 roku MRR urósł do poziomu ponad 700 tys. PLN co oznacza wzrost o prawie +50%.

Wersja globalna narzędzia stała się istotnym motorem napędowym wzrostu przychodów oraz liczby klientów Brand 24, a jej rozwój w opinii Zarządu, jest kluczowy dla wzrostu wartości Spółki w przyszłości.

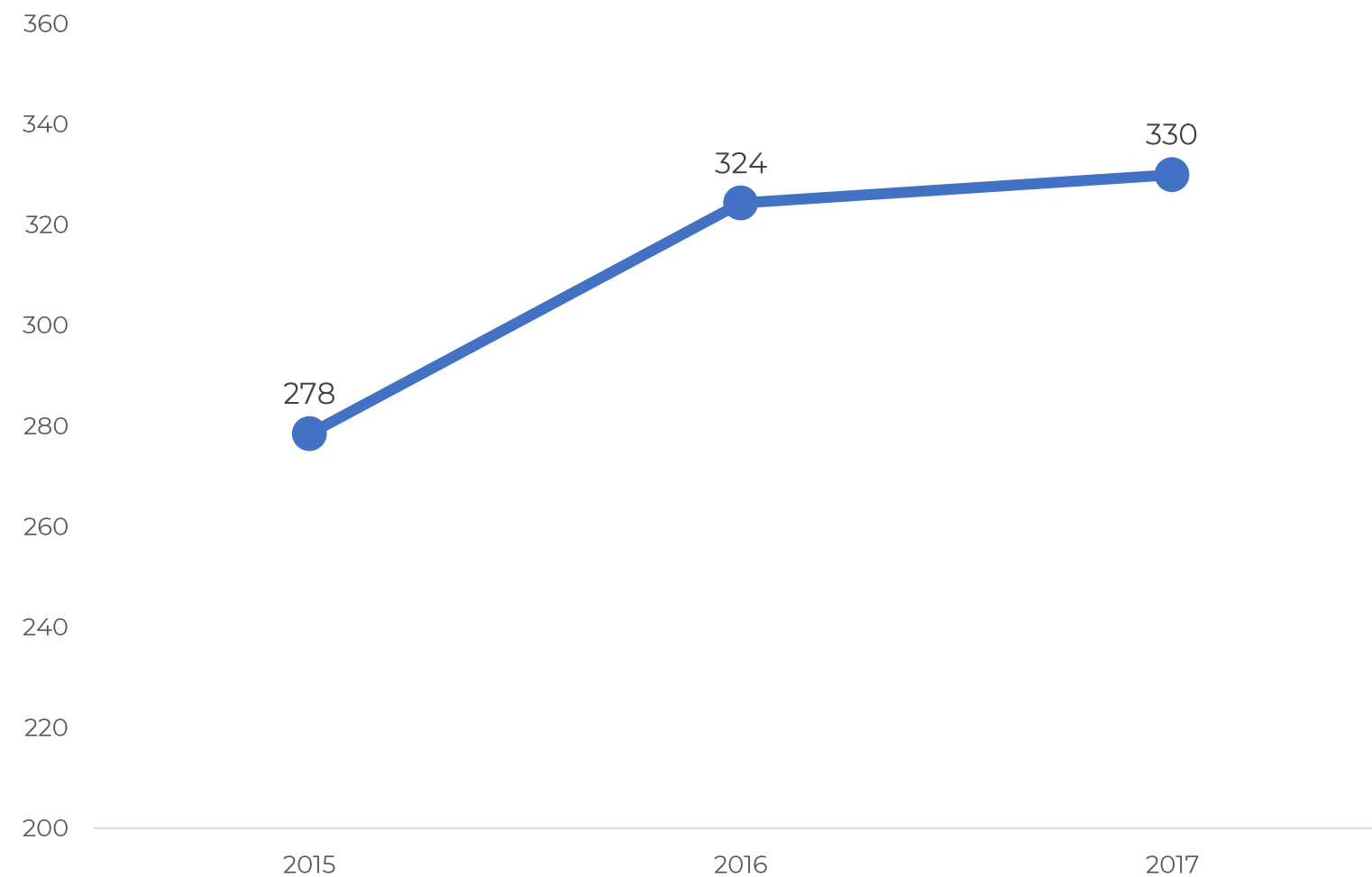
Wskaźnik MRR reprezentuje przychody z abonamentów opłacanych za dostęp do narzędzia Brand24 opłacanych cyklicznie.

66%
CAGR 2015 – 2017



3. Omówienie danych operacyjnych

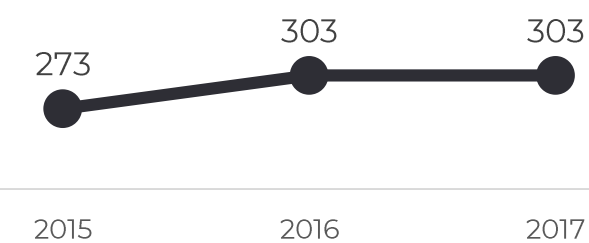
ARPU PLN
2015-2017



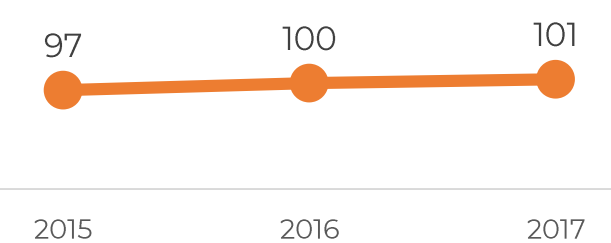
W parze ze wzrostem liczby klientów idzie stabilność średniego przychodu przypadającego na klienta (ARPU – average revenue per user), który w roku 2017 średnio wynosił 330 zł.

Wersję globalną narzędzia charakteryzuje wyższy poziom ARPU co jest pochodną cennika oraz większego odsetka klientów wybierających najdroższą wersję planu abonamentowego. Zwiększający się udział klientów zagranicznych (o wyższym ARPU niż w wersji polskiej narzędzia) w portfelu wszystkich klientów Brand 24 skutkuje stopniowym wzrostem całkowitego ARPU spółki.

ARPU Polska PLN
2015-2017



ARPU Zagranica USD
2015-2017

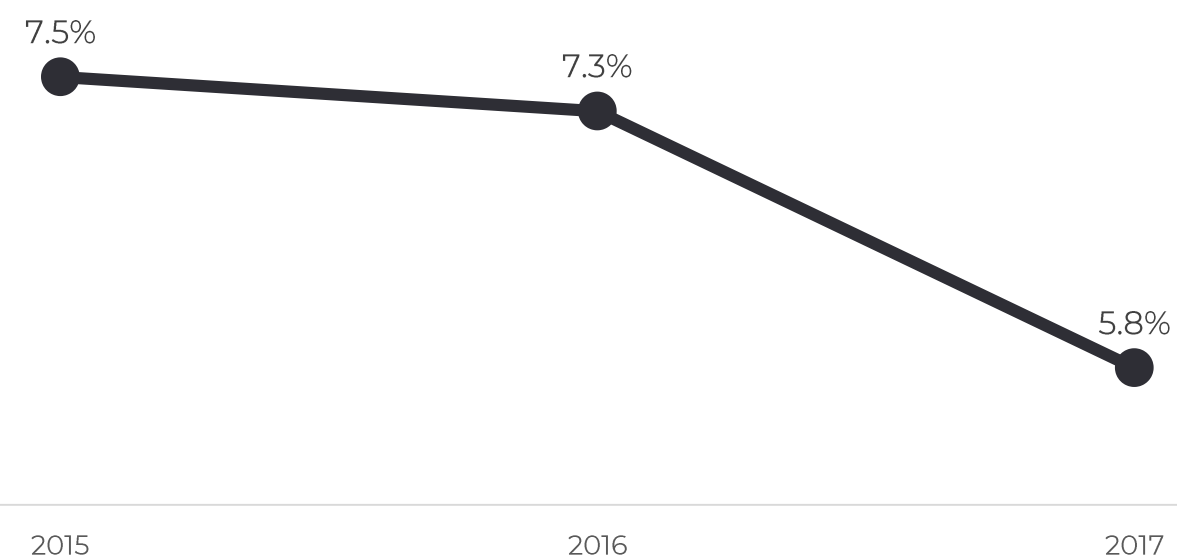


3. Omówienie danych operacyjnych

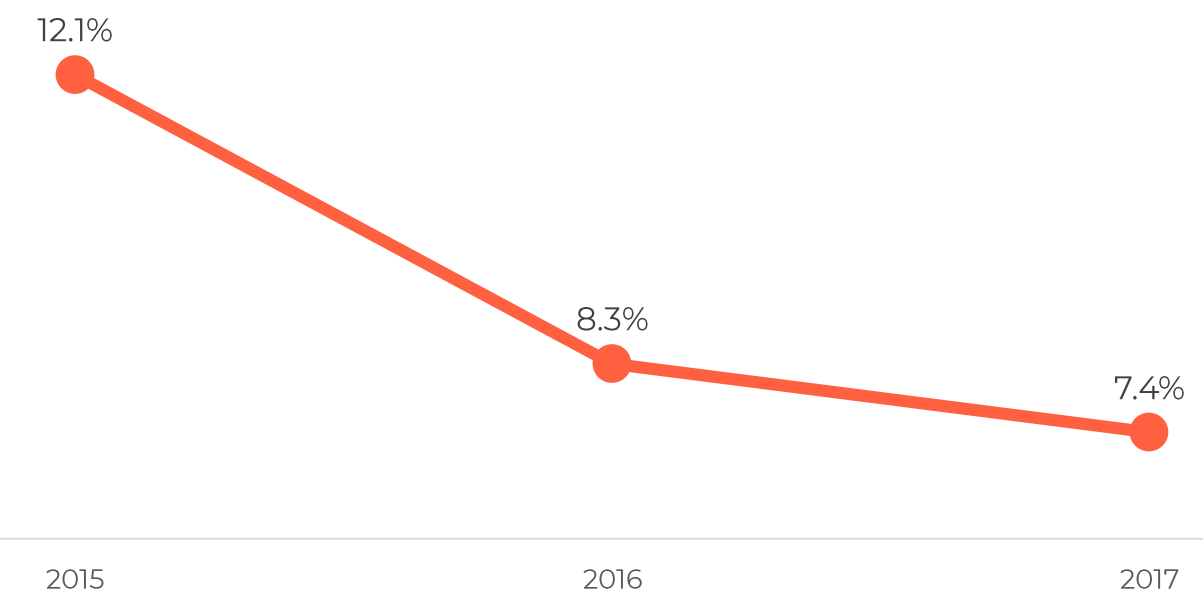
Kolejnym istotnym elementem przy ocenie efektywności działania przedsiębiorstw opartych o model abonamentowy/SaaS jest poziom rezygnacji klientów (ang. churn). Jego minimalizacja jest jednym z celów długoterminowej strategii Spółki.

Spadek poziomu churn w ciągu ostatnich dwóch lat wynika z postępującego udoskonalania oprogramowania oraz wprowadzenia płatności rekurencyjnych w wersji globalnej. Duży wpływ na ten wskaźnik ma również ciągłe udoskonalanie procesów sprzedaży oraz procesów obsługi klienta oparte na najlepszych praktykach jak i własnym doświadczeniu.

Polska Churn
2015-2017



Zagranica Churn
2015-2017

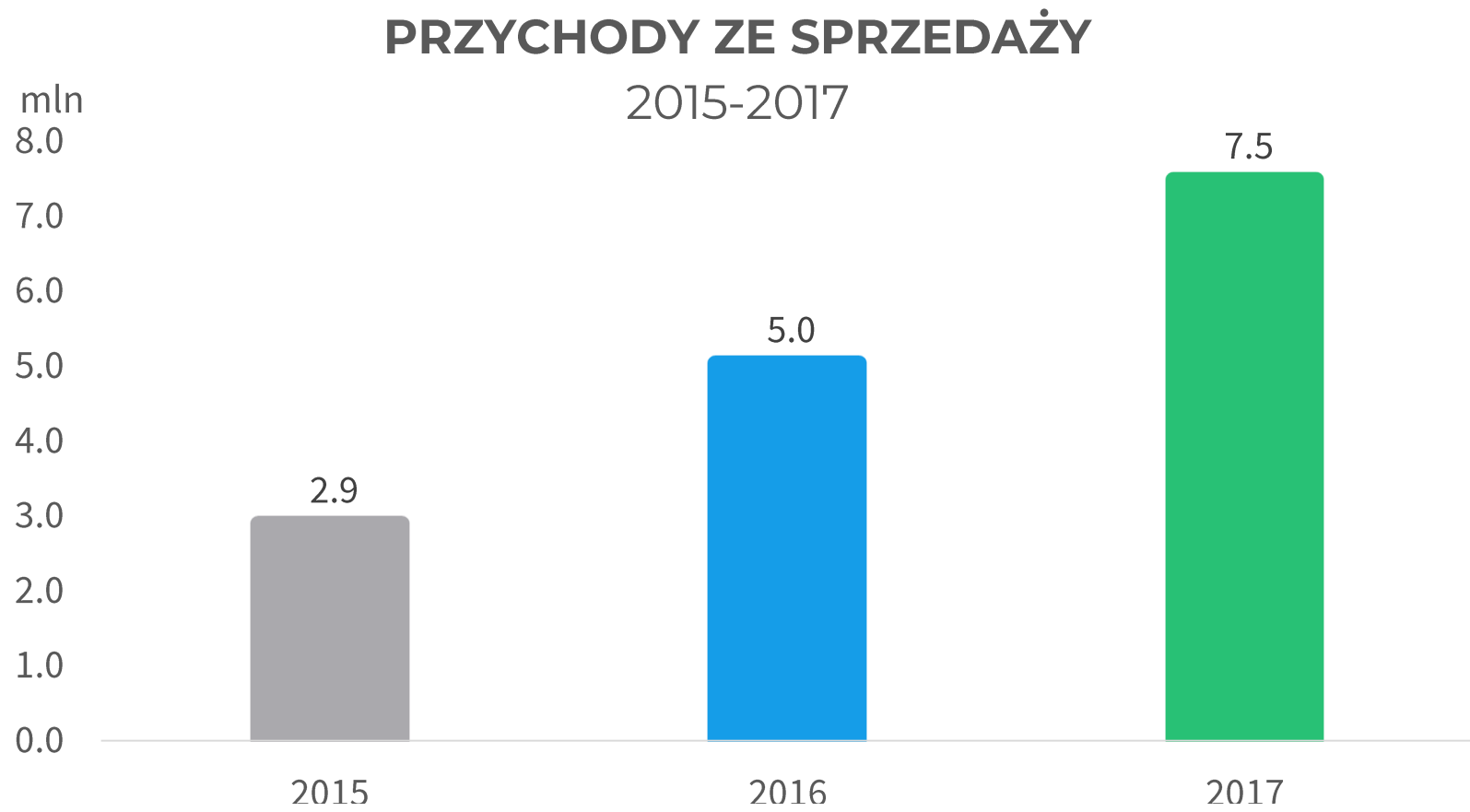


3. Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa

Pozycja	w tys. PLN		
	2017	2016	Zmiana
Przychody netto ze sprzedaży	7 485	5 031	2 454
Koszty sprzedanych produktów	4 096	2 363	1 734
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	3 388	2 668	720
Koszty sprzedaży	2 257	1 503	754
Koszty ogólnego zarządu	1 627	1 462	164
Zysk (strata) ze sprzedaży	(495)	(297)	(198)
Pozostałe przychody operacyjne	3	4	(1)
Pozostałe koszty operacyjne	65	14	51
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	(557)	(307)	(250)
EBITDA	(256)	(188)	(69)
Przychody finansowe	0	0	-
Koszty finansowe	144	63	81
Zysk (strata) brutto	(700)	(370)	(330)
Zysk (strata) netto	(700)	(403)	(297)

Spółka w 2017 roku osiągnęła przychody na poziomie 7.5 mln zł. W porównaniu do poprzedniego roku zanotowała wzrost przychodów, o 2.5mln zł (+49%), który jest w szczególności efektem dynamicznego wzrostu liczby aktywnych klientów korzystających z rozwiązania Brand 24. Liczba klientów w trakcie 2017 roku uległa zwiększeniu o 782 aktywne konta co oznacza wzrost o 55% względem stanu na koniec 2016 roku. Zwiększenie liczby klientów stanowi efekty intensywnego rozwoju wykorzystywanych narzędzi oraz kanałów sprzedażowych. Wzrost kosztów w głównej mierze wynika ze zwiększonej bazy klientów, co przekłada się na zwiększone koszty obsługi, jak również z ponoszenia nakładów na rozwój produktu poprzez rozbudowywanie funkcjonalności rozwiązania Brand 24, co w perspektywie czasu powinno wpłynąć na dalsze powiększanie bazy klientów

Ponadto w okresie sprawozdawczym poniesione zostały jednorazowe koszty związane z przygotowaniem Spółki do debiutu giełdowego w szczególności obejmujące koszty obsługi prawnej, doradztwa oraz koszty ponoszone na rzecz instytucji rynku kapitałowego.



3. Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa

AKTYWA Pozycja	w tys. PLN		
	2017	2016	Zmiana
Aktywa trwałe	1 016	806	210
Wartości niematerialne i prawne	876	740	136
Rzeczowe aktywa trwałe	89	15	74
Należności długoterminowe	-	-	-
Inwestycje długoterminowe	2	2	(0)
Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe	50	49	1
Aktywa obrotowe	3 729	1 067	2 662
Zapasy	-	-	-
Należności krótkoterminowe	831	649	183
Inwestycje krótkoterminowe	2 539	195	2 344
Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe	358	223	135
Aktywa razem	4 745	1 873	2 872

Najistotniejszą pozycję aktywów trwałych stanowią wartości niematerialne i prawne, które obejmują skapitalizowane nakłady na rozwój produktu Brand24. W aktywach obrotowych najistotniejsza zmiana dotyczy pozyskania środków pieniężnych w związku z emisją prywatną akcji serii I. Pozyskane środki zostały przeznaczone na rozwój narzędzia Brand24, m.in. na powiększenie działu programistycznego, co powinno podwyższyć konkurencyjność produktu na rynku monitoringu internetowego.

PASYWA Pozycja	w tys. PLN		
	2017	2016	Zmiana
Kapitał własny	3 862	1 337	2 525
Kapitał podstawowy	189	172	16
Kapitał zapasowy	5 196	1 988	3 209
Kapitał z aktualizacji wyceny	-	-	-
Pozostałe kapitały rezerwowe	-	-	-
Zysk (strata) z lat ubiegłych	(823)	(420)	(403)
Zysk (strata) netto	(700)	(403)	(297)
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	883	536	347
Rezerwy na zobowiązania	113	19	95
Zobowiązania długoterminowe	3	-	3
Zobowiązania krótkoterminowe	464	303	162
Rozliczenia międzyokresowe	302	214	88
Pasywa razem	4 745	1 873	2 872

Wzrost zobowiązań związany jest ze zwiększeniem skali prowadzonej działalności oraz poniesienie dodatkowych kosztów związanych z obsługą debiutu w giełdowego. Jednocześnie w związku z pozyskaniem środków finansowych z emisji akcji serii I utworzona została pozycja pozostałych kapitałów zapasowy, która stanowi najistotniejszą pozycję kapitału własnego.

3. Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa

PRZEPŁYWY PIENIĘŻNE Pozycja	w tys. PLN		
	2017	2016	Zmiana
Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej	(442)	(569)	127
Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej	(316)	(321)	5
Przepływy pieniężne z działalności finansowej	3 102	(275)	3 378
Przepływy pieniężne netto	2 344	(1 166)	3 510
Środki pieniężne na początek okresu	195	1 361	(1 166)
Środki pieniężne na koniec okresu	2 539	195	2 344

Spółka, tak jak w latach poprzednich, inwestuje wszystkie środki pieniężne ze sprzedaży produktu w jego rozwój i zasoby dedykowane powiększaniu bazy klientów. Ujemne przepływy pieniężne z działalności operacyjnej oraz inwestycyjnej związane są właśnie z taką strategią firmy.

Dodatnie przepływy pieniężne z działalności finansowej wynikają z wpływu środków pieniężnych pozyskanych z oferty prywatnej w związku z emisją akcji serii I.

Prognozy wyników finansowych

Emitent nie publikował prognoz wyników finansowych na rok 2017.

Jednocześnie w dniu 28 kwietnia 2017 r. LARQ SA dla którego Emitent jest spółką wchodzącą w skład portfela inwestycyjnego, opublikował prognozę wyników spółek portfelowych na 2017 rok. LARQ SA prognozował wzrost liczby aktywnych klientów obsługiwanych przez Emitenta o 46% do 2 069, wzrost przychodów ze sprzedaży o 47% do 7.4 mln zł oraz stratę EBITDA na poziomie 0.3 mln zł.

Spółka zrealizowała ww. prognozę w następującym zakresie:

- liczba klientów wyniosła 2 196 w stosunku do prognozowanej liczby 2 069 klientów;
- skonsolidowane przychody ze sprzedaży wyniosły 7.6 mln zł. Prognoza zakładała poziom przychodów na poziomie 7.4 mln zł;
- skonsolidowana EBITDA wyniosła -0.3 mln zł przy zakładanej prognozie na tym samym poziomie.

PERSPEKTYWY ROZWOJU ORAZ RYZYKA I ZAGROŻENIA



Strategia Brand 24



Perspektywy i czynniki rozwoju



Ryzyko prowadzonej działalności

- ryzyko operacyjne
- ryzyko finansowe

Celem Emitenta jest wzrost wartości Spółki dla akcjonariuszy, którego przejawem będzie istotne zwiększenie generowanych wyników finansowych w oparciu o dynamiczny wzrost liczby klientów, który należy traktować jako główną jednostkę przychodową. Oczekiwany wzrost wyników Spółki powinien nastąpić, dzięki realizacji następujących celów pośrednich:



unifikacja narzędzia poprzez połączenie wersji polskiej i globalnej , utrzymaniu i umocnieniu pozycji lidera na krajowym rynku monitoringu sieci Internet i mediów społecznościowych



wzmocnienie pozycji na arenie międzynarodowej poprzez zwiększenie skali i efektywności działań skupiających się na pozyskiwaniu klientów, dalszego rozwoju i udoskonalania oprogramowania Brand 24, poprawa rentowności dzięki rosnącej skali i efektywnemu rozłożeniu kosztów stałych Emitenta.

Osiągnięcie powyższych celów będzie możliwe dzięki:



rozwojowi źródeł pozyskania klienta, obecnie sprzedaż realizowana jest wyłącznie w oparciu o ruch przychodzący (inbound marketing), który polega na umożliwieniu odbiorcom samodzielnego odnalezienia w Internecie oprogramowania Brand 24, przetestowanie go oraz zakupienie do niego dostępu w możliwie zautomatyzowany sposób i przy możliwie minimalnym kontakcie z pracownikami Grupy; w przeciwieństwie do tradycyjnych działań marketingowych, marketing oparty o ruch przychodzący polega na ekspozycji produktu „na drodze” klienta szukającego oprogramowania takiego jak Brand 24



poprawie konwersji z wersji testowej narzędzia do wersji płatnej co odbywać się będzie poprzez 1) optymalizację tzw. ścieżki konwersji, czyli drogi jaką musi odbyć użytkownik, aby stać się płatnym klientem oraz 2) optymalizację jakości i ilości danych, jakie otrzymuje użytkownik chwilę po założeniu konta.



działaniom umożliwiającym utrzymanie klienta. Jednym z kluczowych wyzwań każdej firmy działającej w modelu SaaS jest nieustająca minimalizacja liczby klientów, którzy rezygnują z dostępu do oprogramowania (tzw. „churn”). Warto jednak podkreślić, że na obecnym etapie edukacji rynku, część klientów wykorzystuje oprogramowanie do monitoringu Internetu projektowo (czyli przez określony, stosunkowo krótki czas), głównie w celu monitoringu konkretnej kampanii reklamowej, konkursu lub w ramach cyklicznych audytów. W takim modelu narzędzie nie jest wykorzystywane w codziennej pracy. Dlatego jednym z największych wyzwań na najbliższe lata jest edukacja, która pokazuje oprogramowanie Brand 24 jako produkt codziennego użytku dla firm małych i średnich;

Realizacja strategii działania w perspektywie najbliższych kilkunastu miesięcy finansowana będzie w szczególności dzięki środkom pozyskanym w 2017 roku z emisji akcji serii I w wysokości 3,5 mln zł brutto. Środki te zostaną przeznaczona na:

(i) rozwój oprogramowania Brand24, poprzez zwiększenie zatrudnienia w zespole programistów

Zgodnie z założeniami strategii, zwiększenie zatrudnienia w zespole programistów pozwoli na usprawnienie oprogramowania Brand24, które skutkować będzie:

- poprawą konwersji z wersji testowej narzędzia do wersji płatnej
- minimalizacją odpływu klientów dzięki poprawie jakości produktu
- unifikacją narzędzia Brand24, która pozwoli na odejście od podziału na wersję globalną i polską

(ii) oraz na zwiększenie budżetów działań marketingowych mających na celu pozyskiwanie klientów międzynarodowych.

Zwiększenie budżetów działań marketingowych pozwoli na dalszy rozwój źródeł pozyskania klient w oparciu o ruch przychodzący (inbound marketing), między innymi poprzez:

- tworzenie treści edukacyjnych dla segmentu, w którym Brand 24 operuje,
- animowanie dyskusji powiązanych z branżą,
- udział w konferencjach, webinarach oraz warsztatach branżowych,
- dbanie o to aby produkt znajdował się na szczycie list w wyszukiwarkach internetowych, oraz prowadzenie kampanii reklamowych,
- budowanie relacji z osobami wpływowymi w Internecie,
- programy afiliacyjne.

4. Perspektywy i czynniki rozwoju

Emitent działa na rynku tzw. usług w chmurze. Chmura obliczeniowa jest modelem przetwarzania danych opartym na szeregu usług dostarczonych przez zewnętrznych usługodawców. Za pośrednictwem chmury oferowany jest oprogramowanie oraz konieczna infrastruktura. Tego typu model dystrybucji oznacza eliminację konieczności zakupu licencji oraz konieczności instalowania i administrowania oprogramowaniem u konsumenta. Cechą charakterystyczną usług świadczonych w chmurze jest swoista standaryzacja, oznacza to, że usługa nie jest tworzona pod konkretny podmiot, lecz dla szerokiej grupy klientów i zawiera pakiet ustandaryzowanych rozwiązań.

Działanie chmury polega na przeniesieniu ciężaru świadczenia usługi na serwer i udzielenie do niego dostępu poprzez komputery klienckie (np. za pośrednictwem przeglądarki internetowej). Tego rodzaju podejście powoduje, że za zapewnienie bezpieczeństwa odpowiedzialny jest dostawca usługi (po stronie serwera), a szybkość jej funkcjonowania zależna jest od parametrów samego serwera.

Oprogramowanie SaaS (Software-as-a-Service) stanowi jeden z modeli chmury obliczeniowej coraz częściej zastępują tradycyjne oprogramowanie pozwalając klientom na optymalizację wykorzystywanych zasobów, podniesienie niezawodności, skalowalności i elastyczności wykorzystywanych rozwiązań. Jednym z czterech segmentów usług wyróżnianych w ramach rynku Cloud Computing jest wspomniany model SaaS.

Obecnie w modelu SaaS oferowany jest szeroki wachlarz aplikacji, które wspierają szerokie spektrum procesów w przedsiębiorstwie.

Coraz większa liczba globalnych graczy w dziedzinie oprogramowania zaczyna sprzedawać swoje produkty w modelu SaaS np. Microsoft czy Adobe Systems.

Najczęściej w modelu SaaS oferowane jest oprogramowanie typu:

- aplikacje do zarządzania przedsiębiorstwem:
 - CRM – zarządzanie relacjami z klientami,
 - ERP – planowanie zasobów przedsiębiorstwa,
 - CSM – zarządzanie łańcuchem dostaw,
 - PLM – zarządzanie cyklem życia produktu.
- zarządzanie zasobami ludzkimi,
- aplikacje biurowe typu Microsoft Office i podobne,
- systemy poczty elektronicznej,
- systemy zarządzania treścią (CMS),
- programy służące analizie ruchu w serwisach WWW,
- aplikacje związane z zarządzaniem projektami,
- aplikacje księgowe,
- systemy wspierające handel w sieci (e-commerce).

4. Ryzyko prowadzonej działalności

Spółka nie widzi istotnych czynników ryzyka ani zagrożeń na jakie może być narażona w kontynuacji swojej działalności. Z uwagi na to, że Brand 24 działa na rynku nowoczesnych technologii Spółka na bieżąco doskonali swoje produkty tak aby odpowiedzieć zmieniającym się trendom i oczekiwaniom użytkowników i tym samym uniknąć ryzyka ponadstandardowej rezygnacji klientów z usług Spółki. Poniżej zamieszczono informacje nt. najistotniejszych ryzyk dotyczących działalności Spółki.

Ryzyko operacyjne	Opis ryzyka
Ryzyko związane z pozyskaniem i utrzymaniem klientów	Pozyskanie klienta jest realizowane wyłącznie w oparciu o ruch przychodzący (inbound marketing), którego zadaniem jest umożliwienie odbiorcom samodzielnego odnalezienia w Internecie oprogramowania Brand 24, przetestowanie go oraz zakupienie do niego dostępu przy możliwie minimalnym kontakcie z pracownikami Grupy. Oprogramowanie Brand 24 sprzedawane jest głównie poprzez stronę internetową Emitenta. Klient rozpoczyna korzystanie z usług Grupy po zaakceptowaniu zamieszczonego na stronie internetowej Emitenta regulaminu. Z tą chwilą następuje aktywacja konta danego użytkownika, który może korzystać z narzędzia Brand 24 bezpłatnie przez określony okres próbny. Po upływie okresu próbnego użytkownik ma prawo wybrać plan abonamentowy, po opłaceniu którego może korzystać z oprogramowania Brand 24 przez czas trwania abonamentu. Abonament opłacony przez użytkownika odnawia się automatycznie, chyba że użytkownik zgłosi chęć rezygnacji z usług. W przypadku rezygnacji z usługi, użytkownik traci dostęp do oprogramowania. Skuteczne pozyskiwanie i utrzymanie klientów przez Grupę uzależnione jest od wielu czynników (m.in. skuteczności działań marketingowych, atrakcyjności oferowanego produktu, poziomu wyedukowania klienta, świadomości korzyści płynących ze stałego monitoringu Internetu, otoczenia konkurencyjnego, regulacji prawnych lub polityki cenowej).
Ryzyko związane z rozwojem rynku SaaS	Branża SaaS znajduje się na etapie szybkiego wzrostu i rozwoju. W sposób ciągły zmieniają się standardy branżowe, wprowadzane są zmiany usług i dostępnych produktów. Brak możliwości dostosowywania się do tych zmian powoduje ryzyko, że pozycja konkurencyjna Spółki może się pogorszyć. W celu minimalizacji powyższego ryzyka Spółka na bieżąco dostosowuje swój model biznesowy do zmieniających się w branży trendów. Spółka na bieżąco monitoruje otaczający ją rynek i dopasowuje swoją strategię i ofertę do bieżących oczekiwań użytkowników.
Ryzyko ograniczenia dostępności danych	Podstawą prawidłowego funkcjonowania narzędzia Brand 24 są dane gromadzone z publicznej sieci Internet, a także dane nabywane od zewnętrznych dostawców, np. Microsoft, Facebook. Istnieje ryzyko, że zmieni się dostępność lub cena pozyskania danych, co może mieć wpływ na jakość wyników dostępnych dla użytkownika narzędzia.
Ryzyko związane z koncentracją produktową Grupy	Działalność operacyjna Grupy opiera się na jednej podstawowej aktywności – sprzedaży dostępu do oprogramowania służące do monitoringu Internetu, w tym mediów społecznościowych – Brand 24, w dwóch wersjach, tj. przeznaczonej na rynek polski i na rynek globalny. Grupa praktycznie nie generuje przychodów w obszarach innych niż sprzedaż dostępu do oprogramowania Brand 24. Pod kątem produktowym przychody generowane przez Grupę nie są zdywersyfikowane. W przypadku istotnego spadku popytu rynkowego na oprogramowanie Brand 24 (np. w wyniku utraty przewagi konkurencyjnej technologii Grupy, załamania na rynku lub w konsekwencji innych negatywnych wydarzeń zewnętrznych lub wewnętrznych) Grupa jest narażona na ryzyko spadku przychodów.

4. Ryzyko prowadzonej działalności

Ryzyko operacyjne	Opis ryzyka
Ryzyko zmiany preferencji klientów co do produktu i odbioru sieci Internet	Sieć Internet jest szybko zmieniającym się środowiskiem, na którego rozwój znaczący wpływ miało pojawienie się oraz wzrost popularności mediów społecznościowych. Nie da się przewidzieć przyszłego kształtu sieci Internet oraz przyszłego sposobu komunikacji oraz konsumpcji zawartych w niej treści. Tego typu zmiana wymogłaby, m.in: (i) wprowadzenie znaczących i kosztownych zmian w produkcie oferowanym przez Grupę, które mogą istotnie zmienić rentowność Grupy, (ii) wymusić zmianę modelu biznesowego, (iii) wymagać dużo czasu na dostosowanie, (iv) spowodować utratą pozycji konkurencyjnej.
Ryzyko ograniczeń rozwoju Grupy związanych z prawami własności intelektualnej osób trzecich	Prowadząc działalność gospodarczą polegającą na agregacji treści w Internecie oraz udostępnianiu wyników takiej agregacji Grupa musi liczyć się z możliwością naruszenia praw na dobrach niematerialnych przysługujących osobom trzecim, w szczególności gdyby działania Grupy wykraczały poza wykorzystanie utworów osób trzecich w ramach dozwolonego prawa cytatu. Emitent wskazuje, iż potencjalne negatywne następstwa wykazania przez dany podmiot naruszeń jego praw przez spółki Grupy, wiązałoby się w szczególności z potencjalnymi dotkliwymi konsekwencjami w zakresie roszczeń odszkodowawczych, roszczeń o zaniechanie wykorzystywania treści lub żądań zawarcia stosownej umowy licencyjnej przez Grupę.
Ryzyko wizerunkowe związane z osobami związanymi z Brand 24	Zarówno pracownicy, współpracownicy, jak i założyciele Emitenta są osobami aktywnymi w różnego rodzaju mediach, m.in. społecznościowych, wypowiadając się publicznie, czy biorąc udział w dyskusjach. Emitent nie może zagwarantować, że ich prywatne wypowiedzi czy działania nie zostaną negatywnie odebrane przez opinię publiczną i utożsamione z działalnością Grupy mając negatywny wpływ na jej reputację.
Ryzyko wystąpienia negatywnych zdarzeń u podmiotów zewnętrznych współpracujących ze Spółką	Brand 24 S.A. prowadząc działalność gospodarczą korzysta z usług podmiotów zewnętrznych wspierających system indeksowania wyników, tworzenia aplikacji mobilnych oraz dostarczania infrastruktury serwerów, na których zlokalizowany jest produkt. W przypadku przestojów, strajków, błędów systemowych, awarii, utraty urządzeń bądź oprogramowania, czy też ataku na systemy komputerowe kontrahentów przez osoby trzecie, Grupa może być narażona na ryzyko przestoju w swojej działalności operacyjnej, co w konsekwencji może skutkować naruszeniem umów z partnerami publicznymi i prywatnymi, pogorszeniem reputacji Grupy i utratą klientów.

4. Ryzyko prowadzonej działalności

Ryzyko operacyjne	Opis ryzyka
Ryzyko związane z naruszeniem ochrony danych („wyciek danych”)	Na skutek celowego działania osób trzecich, nieuczciwych pracowników lub współpracowników, jak również błędów lub niefrasobliwości pracowników, współpracowników albo podwykonawców, poufne dane Emitenta, Grupy i użytkowników narzędzia Brand 24 mogą zostać ujawnione nieuprawnionym osobom. Ujawnienie może dotyczyć zarówno danych osobowych, jak również innych informacji, w tym informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa Grupy lub podmiotów trzecich.
Ryzyko związane z przetwarzaniem danych osobowych	W toku swojej działalności Emitent przetwarza dane osobowe swoich klientów, jak również jest podmiotem przetwarzającym dane osobowe w imieniu swoich klientów. Emitent tworzy bazy informacji publicznie udostępnionych w sieci Internet przez użytkowników tej sieci poprzez agregowanie treści po słowach kluczowych. Tworzenie i rozbudowa tych baz następuje w sposób automatyczny poprzez działanie algorytmów oprogramowania. Oprogramowanie Brand 24 korzysta z informacji powszechnie dostępnych, dobrowolnie udostępnionych przez użytkowników Internetu, którzy mają lub powinni mieć świadomość powszechnej dostępności i bardzo ograniczonego wpływu na dalsze rozpowszechnianie informacji wprowadzonych przez nich do sieci Internet. Niemniej jednak na Emitencie spoczywają obowiązki przetwarzania danych osobowych w sposób zgodny z prawem.
Ryzyko związane z awariami technicznymi	Przedmiotem działalności Spółki jest sprzedaż oprogramowania w konwencji SaaS (Software as a service) w oparciu o autorskie oprogramowanie i połączenia internetowe oraz infrastrukturę należącą do podmiotów trzecich. Bieżące działanie systemu wymaga utrzymania infrastruktury informatycznej zarówno po stronie Spółki oraz zewnętrznych dostawców. W związku z powyższym działalność Spółki narażona jest na ryzyko awarii oprogramowania, urządzeń elektronicznych oraz infrastruktury informatycznej. W celu minimalizacji ryzyka awarii w infrastrukturze, są wprowadzone procedury i działania zapewniające archiwizację danych przetwarzanych przez Spółkę oraz zdywersyfikowana jest współpraca z podmiotami trzecimi.

4. Ryzyko prowadzonej działalności

Ryzyko finansowe	Opis ryzyka
Ryzyko związane ze zmianami kursów walut	Grupa narażona jest na ryzyko kursowe w związku z istotnym udziałem sprzedaży realizowanej w walucie obcej. Ryzyko walutowe Brand 24 S.A. wynika bezpośrednio z ponoszenia większości kosztów działalności bieżącej w PLN z uwagi na lokalizację Emitenta w Polsce oraz z generowania istotnej sprzedaży denominowanej w walutach obcych (przez wszystkich w USD). Zmienność kursów walutowych wpływa przede wszystkim na zmiany wartości przychodów oraz należności w przeliczeniu na PLN. Istnieje zatem ryzyko umocnienia polskiej waluty, które będzie powodować szybszy wzrost wolumenu sprzedaży niż przychodów ze sprzedaży zagranicznej wyrażonej w PLN, wpływając tym samym na obniżenie rentowności sprzedaży. Mając na uwadze dalsze plany Spółki związane z rozwojem sprzedaży na rynkach zagranicznych można spodziewać się wzrostu ryzyka walutowego w działalności Spółki. Istotna zmiana kursów walut może mieć niekorzystny wpływ na wysokość przychodów ze sprzedaży wyrażonych w walucie polskiej.
Ryzyko zmian stopy procentowej	Ryzyko stopy procentowej związane jest głównie ze zmianami przepływów pieniężnych związanych z zaciągniętymi kredytami. Kredyty zaciągnięte przez Spółkę oprocentowane są na bazie zmiennych stóp procentowych (WIBOR) powiększonych o marżę kredytową z odsetkami płatnymi w okresach miesięcznych.
Ryzyko zmiany cen	Rozwiązanie Brand 24 jest udostępniane w oparciu o system cyklicznych płatności, przy czym oferowane są zróżnicowane cenniki usług uzależnione od zakresu udostępnionych funkcjonalności. Emitent na bieżąco monitoruje parametry poszczególnych pakietów rozwiązań znajdujących się w ofercie i w przypadku wystąpienia istotnych odchyłeń od założonej efektywności pakietów podejmowane są decyzje o dokonaniu ewentualnych korekt w tym obszarze.
Ryzyko związane z płynnością	Zarząd Spółki na bieżąco monitoruje poziom posiadanych środków pieniężnych przez pryzmat oczekiwanych przepływów pieniężnych do oraz poza Grupę. W związku z pozyskaniem środków z emisji akcji serii I oraz możliwością elastycznego wykorzystania środków z tytułu posiadanego kredytu w rachunku bieżącym Emitent nie identyfikuje zagrożenia w obszarze płynności Jednostki Dominującej oraz Spółki Zależnej, w tym wypełniania posiadanych zobowiązań względem kontrahentów.

Spółka nie wykorzystuje dedykowanych instrumentów finansowych w celu zarządzania poszczególnymi aspektami ryzyka finansowego.

OŚWIADCZENIE W SPRAWIE ŁADU KORPORACYJNEGO



Stosowane zasady ładu korporacyjnego



Akcje i akcjonariat

- struktura kapitału zakładowego
- struktura akcjonariatu
- program motywacyjny
- akcje w obrocie na NewConnect



Władze

- Zarząd
- Rada Nadzorcza
- Wynagrodzenie osób zarządzających i nadzorujących

5. Stosowane zasady ładu korporacyjnego

Stosowane zasady ładu korporacyjnego

W roku obrotowym 2017 Emitent, nie będąc spółką publiczną nie był zobowiązany do stosowania zasad ładu korporacyjnego dotyczących spółek notowanych na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

Obowiązujący na dzień wprowadzenia akcji Emitenta do obrotu giełdowego zbiór zasad ładu korporacyjnego ujęty został natomiast w dokumencie „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na NewConnect”. Dokument, o którym mowa powyżej dostępny jest na stronie internetowej rynku NewConnect, w zakładce poświęconej dobrym praktykom (http://newconnect.pl/index.php?page=dobre_praktyki). W 2017 roku Emitent nie stosował wyżej wymienionych zasad dobrowolnie.

Jednocześnie w związku z wprowadzeniem w 2018 roku akcji Spółki do obrotu w ASO NewConnet Emitent zadeklarował stosowanie zasad ładu korporacyjnego ujętych w ww. dokumencie za wyjątkiem wskazanych poniżej odstępstw.

Zasada nr 1 - Spółka powinna prowadzić przejrzystą i efektywną politykę informacyjną, zarówno z wykorzystaniem tradycyjnych metod, jak i z użyciem nowoczesnych technologii, zapewniających szybkość, bezpieczeństwo oraz szeroki dostęp do informacji. Spółka korzystając w jak najszerszym stopniu z tych metod, powinna zapewnić odpowiednią komunikację z inwestorami i analitykami, umożliwiać transmitowanie obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrować przebieg obrad i upubliczniać go na stronie internetowej.

Komentarz

Zasada jest stosowana w ograniczonym zakresie tj. – za wyjątkiem umożliwienia transmitowania obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrowania przebiegu obrad i upubliczniania go na stronie internetowej.

Umożliwienie transmitowania obrad walnego zgromadzenia z wykorzystaniem sieci Internet, rejestrowania przebiegu obrad i upubliczniania go na stronie internetowej generowałyby koszty niewspółmiernie do dodatkowej wartości informacyjnej takiego rozwiązania dla inwestorów. Informacje dotyczące walnych zgromadzeń publikowane będą na bieżąco w formie raportów bieżących oraz na stronie internetowej Brand 24 S.A.

Zasada nr 5 - Spółka powinna prowadzić politykę informacyjną ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb inwestorów indywidualnych. W tym celu Spółka, poza swoją stroną korporacyjną powinna wykorzystywać indywidualną dla danej spółki sekcję relacji inwestorskich znajdującą na stronie www.GPWInfoStrefa.pl

Komentarz

Zasada jest stosowana w ograniczonym zakresie tj. z wyłączeniem wykorzystywania działu relacji inwestorskich na stronie www.GPWInfostrefa.pl.

W ocenie Spółki bieżąco aktualizowana sekcja relacji inwestorskich prowadzony w ramach korporacyjnej strony internetowej jest wystarczającym źródłem wiedzy dla inwestorów.

Zasada nr 16 - Emitent publikuje raporty miesięczne, w terminie 14 dni od zakończenia miesiąca (...)

Komentarz

W opinii Spółki publikowane raporty okresowe oraz informacje prezentowane na korporacyjnej stronie internetowej zapewniają Akcjonariuszom oraz Inwestorom dostęp do kompletnych i wystarczających informacji dających pełen obraz sytuacji Spółki. Spółka będzie publikować kwartalnie informację o liczbie klientów w terminie 15 dni od zakończenia kwartału

5. Akcje i akcjonariat

Struktura kapitału zakładowego

Kapitał podstawowy

Na dzień 31 grudnia 2017 roku kapitał zakładowy Spółki składa się z 1 889 540 akcji zwykłych na okaziciela o wartości nominalnej 0.10 zł każda, w tym:

- 1 000 000 akcji serii A;
- 538 400 akcji serii B;
- 15 384 akcje serii C;
- 71 769 akcji serii D;
- 13 267 akcji serii E;
- 86 000 akcji serii F;
- 164 720 akcji serii G;

Po zakończeniu okresu sprawozdawczego zarejestrowane zostało podwyższenie kapitału zakładowego Spółki w drodze emisji 110 000 akcji serii I.

Kapitał warunkowy

Na podstawie uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 25 października 2016 roku w sprawie warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego w drodze emisji akcji serii G, pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru akcji serii G oraz w sprawie zmian Statutu Spółki, kapitał zakładowy Spółki został warunkowo podwyższony o kwotę nie większą niż 17 248.20 zł w drodze emisji nie więcej niż 172 482 akcji zwykłych imiennych serii G, o wartości nominalnej 0.10 zł każda i łącznej wartości nominalnej nie większej niż 17 248.20 zł. Warunkowe podwyższenie kapitału zakładowego Spółki dokonane zostało w celu przyznania praw do objęcia akcji serii G przez posiadaczy warrantów subskrypcyjnych serii A od numeru 000.001 do numeru 172 482, emitowanych na podstawie uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 25 października 2016 roku numer 4/16 w sprawie emisji warrantów subskrypcyjnych serii A z prawem do objęcia akcji serii G oraz pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru warrantów subskrypcyjnych serii A w związku z Programem Motywacyjnym dla Członków Zarządu oraz kluczowych pracowników i współpracowników Spółki.

Ponadto na podstawie Uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 18 października 2017 roku w sprawie warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego w drodze emisji akcji zwykłych na okaziciela serii H, pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru akcji zwykłych na okaziciela serii H oraz w sprawie zmian Statutu Spółki, kapitał zakładowy Spółki został warunkowo podwyższony o kwotę nie większą niż 10 214.30 zł w drodze emisji nie więcej niż 102 143 akcji zwykłych na okaziciela serii H o wartości nominalnej 0.10 zł każda i łącznej wartości nominalnej nie większej niż 10 214.30 zł. Warunkowe podwyższenie kapitału zakładowego Spółki dokonane zostało w celu przyznania praw do objęcia akcji serii H przez posiadaczy warrantów subskrypcyjnych imiennych serii B od numeru 000.001 do numeru 102 143 emitowanych na podstawie uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 18 października 2017 r., w sprawie emisji warrantów subskrypcyjnych serii B z prawem do objęcia akcji serii H oraz pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru warrantów subskrypcyjnych serii B w związku z Programem Motywacyjnym kluczowych pracowników i współpracowników Spółki.

Kapitał docelowy

Zgodnie z treścią § 4 ust. 7 Statutu Spółki, kapitał zakładowy może być podwyższony o kwotę nie wyższą niż 14 445.40 zł w drodze emisji 144 454 akcji zwykłych na okaziciela o wartości nominalnej 0.10 zł każda akcja. Uchwałą Zarządu z dnia 30 października 2017 r. dokonano emisji nie więcej niż 110.000 akcji zwykłych na okaziciela serii I w ramach kapitału docelowego o łącznej wartości nominalnej 11 000.00 zł.

W związku z dookreśleniem przez Zarząd wysokości objętego kapitału zakładowego, na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania Zarząd Spółki może jeszcze dokonać podwyższenia kapitału zakładowego w ramach upoważnienia przewidzianego w § 4 ust. 7 Statutu o kwotę nie wyższą niż 3 445.40 zł.

Akcje własne

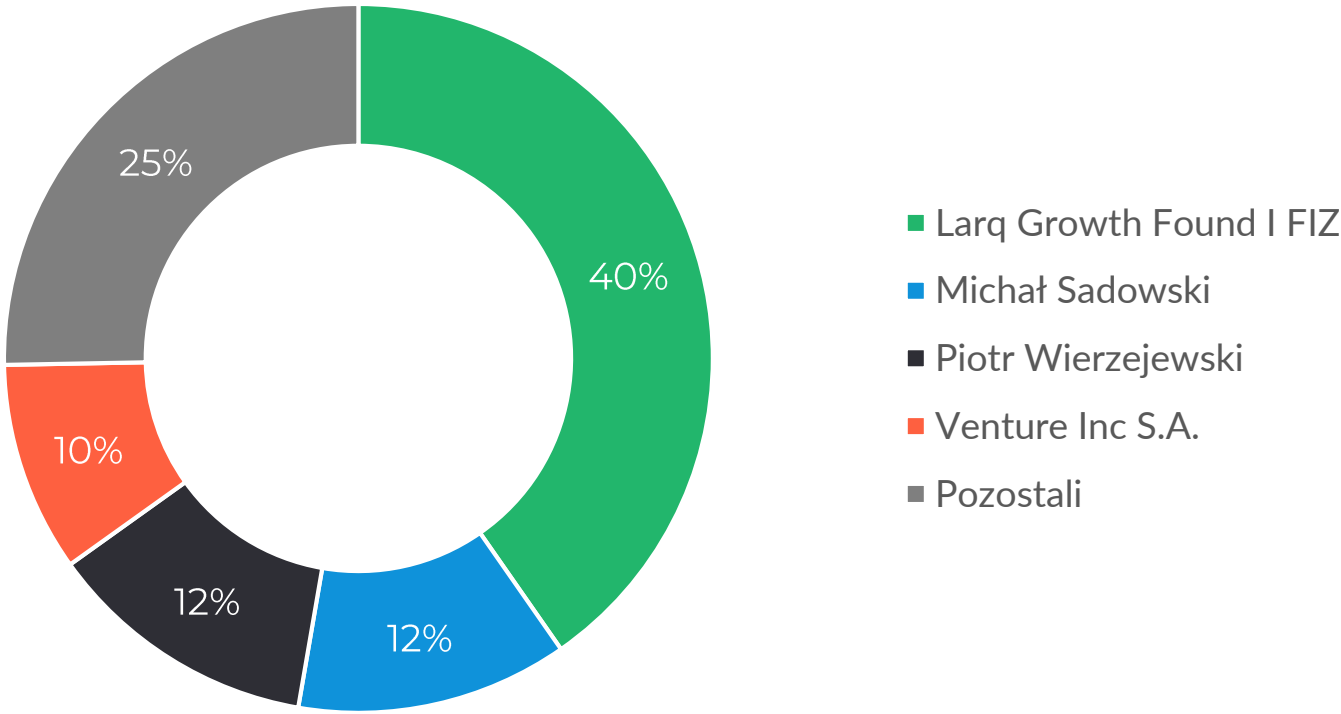
Emitent oraz Spółka Zależna nie posiadają akcji Brand 24 S.A.

5. Akcje i akcjonariat

Struktura akcjonariatu

Poniżej zaprezentowano strukturę akcjonariatu na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania.

Akcjonariusz	Liczba akcji/głosów	Udział w kapitale zakładowym/ogólnej liczbie głosów
Larq Growth Found I FIZ	806 090	40.31%
Michał Sadowski	248 028	12.40%
Piotr Wierzejewski	248 028	12.40%
Venture Inc S.A.	191 682	9.59%
Pozostali	505 712	25.29%
RAZEM	1 999 540	100.00%



Akcje w obrocie na NewConnect

Po zakończeniu okres sprawozdawczego, 22 stycznia 2018 r. Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych S.A. podjął uchwałę w prawie warunkowej rejestracji wszystkich tj. 1 999 540 akcji Spółki w KDPW. Następnie 23 stycznia 2018 roku KDPW poinformował o zarejestrowaniu ww. akcji w KDPW z dniem 24 stycznia 2018 roku i oznaczeniu akcji Brand 24 kodem ISIN PLBRN2400013. W dniu 23 stycznia 2018 r. Zarząd Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. podjął uchwałę na mocy której postanowił wprowadzić akcje Spółki z tym samym dniem do alternatywnego systemu obrotu na rynku NewConnect. Następnie w dniu 24 stycznia 2018 r. Zarząd GPW podjął uchwałę na podstawie której dzień pierwszego notowania akcji Spółki w obrocie ASO NewConnect został wyznaczony na 30 stycznia 2018 r. Akcje Spółki notowane są pod nazwą skróconą „BRAND24” i z oznaczeniem „B24”.

5. Akcje i akcjonariat

Program motywacyjny

W Spółce realizowane są obecnie dwa programy motywacyjne.

Program Motywacyjny 2016 – 2017

Program Motywacyjny 2016 – 2017 przewiduje uprawnienia dla członków Zarządu oraz kluczowych pracowników i współpracowników Emitenta do objęcia akcji Emitenta serii G w latach 2016-2017. Program Motywacyjny oparty jest zarówno o warunek lojalnościowy (tj. pozostawanie w stosunku służbowym z Emitentem oraz nieprowadzenie działalności konkurencyjnej w stosunku do Emitenta), jak i o warunek operacyjny, tj. posiadanie przez Grupę aktywnych klientów opłacających abonament w dolarach amerykańskich lub osiągnięcie przez Grupę skonsolidowanego przychodu za rok 2017 w wysokości 7 520 000 zł. W razie osiągnięcia przez Grupę skonsolidowanego przychodu w wysokości 95% ww. kwoty, liczba akcji które mogą zostać objęte w ramach Programu Motywacyjnego zostanie proporcjonalnie zmniejszona. Jeżeli Grupa nie osiągnie skonsolidowanego przychodu na poziomie co najmniej 95% ww. kwoty akcje nie zostaną przyznane.

Program Motywacyjny 2018 – 2020

Program Motywacyjny 2018-2020 jest skierowany do kluczowych pracowników i współpracowników Emitenta. Michał Sadowski oraz Piotr Wierzejewski nie są objęci niniejszym programem. Program stanowi dodatkowy mechanizm motywujący kluczowych pracowników i współpracowników do pracy i działań na rzecz Emitenta, a także zapewniający silniejsze związanie z Emitentem, co ma przyczynić się do stabilnego wzrostu wartości Emitenta, czego beneficjentem będą wszyscy akcjonariusze Brand 24. Szczegółowe warunki funkcjonowania Programu Motywacyjnego 2018-2020, w tym lista osób uczestniczących w tym programie oraz liczba akcji, które uprawnieni mogą objąć, zostaną ustalone w I kwartale 2018 r. przez Radę Nadzorczą Emitenta. Liczba uprawnionych nie przekroczy 149 osób. Program Motywacyjny 2018-2020 realizowany będzie w trzech okresach rozliczeniowych (2018, 2019 oraz 2020).

W ramach Programu Motywacyjnego 2018-2020 uprawnieni będą mogli objąć nie więcej niż 102 143 akcje zwykłe na okaziciela serii H. Warunkiem uzyskania uprawnienia do objęcia akcji jest pozostawanie w czynnym stosunku służbowym z Emitentem oraz nieprowadzenie działalności konkurencyjnej wobec Emitenta. Ponadto uzyskanie uprawnienia do objęcia akcji uzależnione jest od osiągnięcia przez Spółkę określonych wskaźników określonych odmiennie w odniesieniu do każdego z lat 2018-2020:

	2018	2019	2020
Liczba klientów Grupy na koniec danego okresu	2 935	4 364	6 213
Skonsolidowane przychody Grupy za dany okres (tys. PLN)	10 765	15 970	23 737
Skonsolidowany wynik netto Grupy (tys. PLN)	(1 085)	633	4 668

Program daje możliwość, aby część akcji (nie więcej niż 50% pakietu przeznaczonego dla danego uczestnika programu) została przyznana za spełnienie wyłączenie warunków lojalnościowych. Taki mechanizm ma umożliwić zainteresowanie pracą w Spółce najbardziej utalentowanych menadżerów.

W ramach Programu Motywacyjnego 2018-2020 Zarząd Emitenta będzie uprawniony do przyznawania uprawnień do objęcia 7 666 akcji serii H Emitenta według uznania Zarządu. Kapitał zakładowy Emitenta może ulec podwyższeniu w wyniku realizacji uprawnień przez posiadaczy warrantów subskrypcyjnych serii A, o ile spełnione zostaną przesłanki określone w Programie Motywacyjnym 2016-2017, o kwotę nie większą niż 776.20 zł. Całkowite rozliczenie Aktualnego Programu Motywacyjnego nastąpi po zatwierdzeniu sprawozdania finansowego Emitenta za 2017 r.

Kapitał zakładowy Emitenta może również ulec podwyższeniu w wyniku realizacji uprawnień przez posiadaczy warrantów subskrypcyjnych serii B o kwotę nie wyższą niż 10 214.30 zł, o ile sąd dokona rejestracji warunkowego podwyższenia kapitału Spółki oraz związanej z tym zmiany Statutu Spółki, oraz jeśli spełnione zostaną przesłanki określone w Programie Motywacyjnym 2018-2020. Program Motywacyjny 2018-2020 będzie rozliczany co roku, a jego całkowite rozliczenie nastąpi po zatwierdzeniu sprawozdania finansowego Emitenta za 2020 r., zgodnie ze szczegółowymi warunkami Programu Motywacyjnego.

Zarząd

W 2017 roku oraz do dnia sporządzenia niniejszego sprawozdania Zarząd Spółki działał dwuosobowo w następującym składzie:



Michał Sadowski
Prezes Zarządu

Założyciel spółki. Startup Founder of the Year w konkursie The Next Web Startup Awards. Dyrektor Marketingu roku wg Mediarun. Zwycięzca rankingu 50 Kreatywnych w Biznesie Magazynu Brief. Autor bestsellerowej książki "Rewolucja Social Media".



Piotr Wierzejewski
Członek Zarządu

Piotr Wierzejewski jest jednym z założycieli Spółki, ma 15 lat doświadczenia w branży informatycznej, z czego 10 lat na stanowiskach zarządczych.

Rada Nadzorcza

W 2017 roku w skład Rady Nadzorczej Spółki wchodziły następujące osoby:

- Mikołaj Chruszczewski – Przewodniczący Rady Nadzorczej
- Mariusz Cieply – Członek Rady Nadzorczej
- Jarosław Roszkowski – Członek Rady Nadzorczej
- Maciej Matysz – Członek Rady Nadzorczej

Po zakończeniu okresu sprawozdawczego tj. w dniu 8 stycznia 2018 roku w NWZ Spółki ustaliło następujący skład Rady Nadzorczej Spółki:

- Mikołaj Chruszczewski – Przewodniczący Rady Nadzorczej
- Mariusz Cieply – Członek Rady Nadzorczej
- Jarosław Roszkowski – Członek Rady Nadzorczej
- Maciej Matysz – Członek Rady Nadzorczej
- Adam Michalewicz – Członek Rady Nadzorczej.

POZOSTAŁE INFORMACJE



- zasady sporządzenia sprawozdań finansowych
- postępowania przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej
- zagadnienia dotyczące środowiska naturalnego
- informacja o zatrudnieniu
- osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju
- wyróżnienia i nagrody
- Autoryzowany Doradca

6. Pozostałe informacje

Zasady sporządzenia sprawozdań finansowych

Sprawozdanie finansowe Brand 24 za 2017 rok zostało sporządzone zgodnie z Ustawą o rachunkowości a szczegółowe zasady sporządzenia tego sprawozdania zostały zamieszczone bezpośrednio w sprawozdaniu finansowym.

Postępowania przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej

W roku 2017 i do dnia sporządzenia niniejszego sprawozdania przeciwko Spółce nie toczyły się żadne postępowania przed jakimkolwiek sądem ani też organem administracji publicznej.

Zagadnienia dotyczące środowiska naturalnego

W 2017 roku nie poniesiono nakładów na ochronę środowiska.

Informacja o zatrudnieniu

Przeciętne zatrudnienie w roku 2017 roku wynosiło 6.6 etatu.

Jednocześnie z uwagi na specyfikę prowadzonej działalności Emitent współpracuje dodatkowo z szerokim gronem osób w oparciu o umowy cywilnoprawne. Mając powyższe na uwadze w 2017 roku Emitent współpracował z ok. 40 osobami świadczącymi na jego rzecz usługi, głównie w zakresie wsparcia informatycznego.

Autoryzowany Doradca

Autoryzowanym Doradcą Spółki jest firma CC Group Sp. z o. o. ul. Marszałkowska 89 00-693 Warszawa.

W 2017 roku Emitent współpracował z ww. podmiotem w zakresie:

- umowy o autoryzowane doradztwo;
- przygotowania Emitenta do debiutu giełdowego (m.in. sporządzenie dokumentu informacyjnego oraz usług doradczych w tym obszarze.
- umów o oświadczenie usług doradztwa w obszarze relacji inwestorskich.

Łączne wynagrodzenia z wszystkich ww. tytułów w 2017 roku wyniosło 157 tys. zł.

Osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju

Podstawowym produktem Spółki tj. aplikacja Brand 24 jest zaawansowanym narzędziem monitoringu i mediów społecznościowych składającym się ze specjalistycznych modułów oraz systemów. Emitent stale prowadzi prace mające na celu udoskonalenia funkcjonalności aplikacji Brand 24 i tym samym na bazie podstawowego produktu powstają kolejne wersje aplikacji.

W 2017 roku Emitent kontynuował prace nad usprawnieniem i rozwojem narzędzia informatycznego będącego podstawą świadczenie przez Spółkę usług swoim klientom. Na dzień 31 grudnia 2017r. kwota niezakończonych prac rozwojowych wyniosła 253 tys. zł. Nakłady na te prace stanowią głównie usługi informatyczne. Koszty trwających prac rozwojowych są prezentowane w pozycji „Krótkoterminowe rozliczenia międzyokresowe” w aktywach Spółki.

Wyróżnienia i nagrody

Brand 24 jest wielokrotnie nagradzanym narzędziem monitoringu Internetu i mediów społecznościowych w Polsce. Jego najbardziej znanym produktem jest narzędzie monitoringu i mediów społecznościowych.

Poniżej zamieszczamy wybrane osiągnięcia i wyróżnienia:

- Best Startup for Brand24 - Aulery Awards 2012
- Best Debut for Brand24 - Ekomersy Awards 2012
- Best Web App for Brand24 - The Next Web Startup Awards 2013
- Best Customer Support App in Ekomersy Awards 2014
- Best App for Business in Mobile Trends Awards 2014
- High Performer in Social Media Monitoring Apps - G2Crowd Awards 2018
- Deloitte Technology Fast 500 EMEA 2017/2018

OŚWIADCZENIA ZARZĄDU



- oświadczenie Zarządu w sprawie rzetelności sprawozdań
- oświadczenie Zarządu w sprawie podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych

7. Oświadczenia Zarządu

Oświadczenie Zarządu w sprawie rzetelności sprawozdań

Oświadczamy, że wedle naszej najlepszej wiedzy, roczne sprawozdanie finansowe i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z przepisami obowiązującymi emitenta lub standardami uznawanymi w skali międzynarodowej, oraz że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Emitenta oraz jego wynik finansowy, oraz że sprawozdanie z działalności Emitenta zawiera prawdziwy obraz sytuacji Emitenta, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyk.



Michał Sadowski
Prezes Zarządu

Oświadczenie Zarządu w sprawie podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych

Oświadczamy, że podmiot uprawniony do badania sprawozdań finansowych, dokonujący badania rocznego sprawozdania finansowego za 2017 rok, został wybrany zgodnie z przepisami prawa oraz że podmiot ten oraz biegli rewidenci, dokonujący badania tego sprawozdania, spełniali warunki do wyrażenia bezstronnej i niezależnej opinii o badaniu, zgodnie z właściwymi przepisami prawa krajowego.



Piotr Wierzejewski
Członek Zarządu

Data sporządzenia i zatwierdzenia do publikacji Sprawozdania Zarządu: 21 marca 2018 r.

Data publikacji Sprawozdania Zarządu: 21 marca 2018 r.

BRAND24

KONTAKT DLA INWESTORÓW



Katarzyna Sadowska
CC GROUP



+48 (22) 440 14 40



brand24@ccgroup.pl



SIEDZIBA SPÓŁKI
Brand 24 S. A.
ul. Strzegomska 138
54-429 Wrocław