

BRAND24

**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU
Z DZIAŁALNOŚCI**

**BRAND 24 S.A. ORAZ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24
W 2018 ROKU**

DATA PUBLIKACJI – 21 MARCA 2019 r.

WROCŁAW



BRAND 24 W LICZBACH

3 096

liczba aktywnych klientów
na koniec roku

+41%

wzrost liczby aktywnych klientów
w roku 2018

11.8 mln zł

przychody ze sprzedaży

+59%

wzrost przychodów

1.1 mln zł

PLN MRR
miesięcznych powtarzalnych przychodów
na koniec roku (Grudzień 2018)

11 tys.

Kont testowych
rejestrujących się miesięcznie
na koniec roku

110

krajów, w których mamy klientów

SPIS TREŚCI

1	LIST PREZESA ZARZĄDU	
2	WYBRANE DANE FINANSOWE	str. 6-8
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. 9-14
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 firmy audytorskiej	str. 41-42

Szanowni Klienci i Akcjonariusze,

W 2018 rok **weszliśmy** jak dzik w trufle! Tak **mogę** w **skrócie** podsumować najlepszy rok w historii **spółki**. Z jego **końcem** z **usług** Brand24 **korzystało** 3096 **klientów** z 110 **krajów**. W 2018 roku nasza liczba aktywnych **klientów** **wzrosła** o 41%. Przychody ze **sprzedaży** **wzrosły** do blisko 12 mln **zł**, co stanowi wzrost o 59% rok do roku.

Rok 2018 **okazał się** **przełomowy**. Po raz pierwszy w historii firmy **możemy** **przyznać**, że **większość** naszych **przychodów**, jak i **klientów** pochodzi z zagranicy. To ogromne wydarzenie dla **spółki** o globalnych ambicjach. **Użytkowników** naszej polskiej technologii nietrudno **znaleźć** w takich krajach jak USA, Kanada, Wielka Brytania, Australia, Japonia, Meksyk, Argentyna, Gwatemala, Arabia Saudyjska, Tajlandia, Indonezja, Indie, Nowa Zelandia i wielu, **naprawdę** wielu innych miejscach na **świecie**. Prowadzenie globalnego biznesu okazuje się **być także** **doskonałą** **lekcją** geografii, mimo że nasze biura zlokalizowane **są** w Polsce.

Nasz apetyt **rośnie** w **miarę** jedzenia i w **ciągu** **najbliższych** lat chcemy **stać się** globalnym liderem monitoringu Internetu. Cel jest ambitny, bo do zdobycia statusu, **który** w Polsce mamy **już** od lat, potrzebujemy najpewniej 5-cyfrowej liczby **klientów**. Niemniej jednak idziemy jak po swoje. Inwestycje z ostatnich lat i ich efekty **pozwalają** nam **wierzyć**, że status globalnego lidera to jedynie kwestia czasu.

Produkt nieustannie cieszy się dynamicznie **rosnącą popularnością**. Przybywa nam nie tylko aktywnych **klientów**, ale bardzo szybko **rośnie także** **ilość osób** **odwiedzających** **naszą stronę** i **edukujących się** w obszarze technologii, **jaką** oferujemy. Nasze strony odwiedza **każdego** **miesiąca** **już** ponad 120,000 **osób**, a **narzędzie** testuje dzisiaj ponad 12,000 **miesięcznie!** Pozwala nam to **dołożyć** **niemałą cegłę** do edukacji rynku na temat monitoringu, **która** ma istotny **wpływ** na **rosnący** coraz szybciej tort pod **tytułem** „globalne wydatki na monitoring Internetu”.

Mimo że technologie monitoringu **istnieją** na **świecie** **już** **kilkanaście** lat, prawdziwy boom dopiero przed nami. Nietrudno **wyobrazić** sobie, że prawie **każda** firma na **świecie** powinna **być żywo** zainteresowana tym, co **mówi się** o niej w Internecie. Docelowa **wielkość** tego rynku to miliony **przedsiębiorstw** z **całego świata**: **długi** ogon **średnich** i **dużych przedsiębiorstw**, które są idealnym klientem monitoringu Brand24. W **przyszłości** ogromna część **właścicieli** restauracji, **sklepów** internetowych, lekarzy, hotelarzy, **deweloperów**, **muzyków**, **celebrytów**, **fryzjerów**, **muzeów**, **uniwersytetów** i **całej** masy innych **branż** **będzie** **dbać** o **reputację** w sieci przy **użyciu** Brand24.

LIST PREZESA ZARZĄDU

2018 rok **ułynął** pod hasłem „maraton, nie sprint”. Ogiromną część wptywów od **klientów** decydujemy się **reinwestować** z powrotem w **rozwój spółki**. Nie czas bowiem na odcinanie **kuponów**. Mimo że **jesteśmy** bardzo dumni z tego, co **udało się już osiągnąć**, 3000 **klientów** to - jak **wspomniałem wyżej** - nie jest szczyt naszych ambicji. **Chcąc** jak najszybciej **zbudować pozycję lidera** – inwestujemy mocno w **technologię** i ludzi. **Zespół Brand24** **urósł** do ponad 70 **wspaniałych osób**. Ludzi o unikalnych na **skalę światową** kompetencjach. Ludzi, **których ciężko byłoby znaleźć** nawet w najbardziej kultowych kolebkach technologicznych **świata**. Ludzi skoncentrowanych na zbudowaniu pozycji globalnego lidera monitoringu **mediów**.

Najbliższe miesiące i lata to intensywna praca nad produktem, **którego najnowsza wersję** pokażemy w 2019 roku. **Będzie to największa** rozbudowa systemu od roku 2015, w **którym uruchomiliśmy** wersję 2.0 naszego produktu. **Trwają już** intensywne prace nad nowym, **przełomowym rozwiązaniem**, **które** sprawi, że dbanie o **reputację** firmy w Internecie stanie się **łatwiejsze niż** kiedykolwiek w historii tego medium. Swego rodzaju **zapowiedzią** nowej wersji Brand24 jest nasza ostatnia **nowość**: automatyczne raporty PDF, **które** w ciągu kilku sekund **pozwalają zestawić** kluczowe dane o marce w sieci.

Nigdy nie **byłem** bardziej dumny i **szczęśliwy** z tego co **robię**. Brand24 to aktualnie **mój** jedyny projekt. Nie mam ani nie zamierzam **mieć udziałów** w **żadnych** innych firmach. Nie **inwestuję** w jakiegokolwiek inne projekty. Skupiam się w 100% na Brand24, **które** jest dla nas **najlepszą szansą** na zrobienie **czegoś dużego**. **Pamiętam** dobrze **swój** stan **umysłu** z 2011 roku. Kiedy, **wracając** z jednego z pierwszych **spotkań** z klientem, **cieszyliśmy się**, że **właśnie zdobyliśmy** pierwszy 1 **tysiąc złotych** powtarzalnych **przychodów** dla firmy! Gdyby **ktoś** mi wtedy **powiedział**, że kilka lat **później** Brand24 **będzie generował** **kilkanaście milionów złotych** przychodu, **zapewne** nie **uwierzyłbym**. Teraz **już wierzę**. Bardziej **niż** kiedykolwiek.

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**

2. Wybrane dane finansowe Grupy Kapitałowej Brand 24

Pozycja	w tys. PLN		w tys. EUR	
	2018	2017	2018	2017
Przychody ze sprzedaży	11 827	7 459	2 772	1 757
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	5 791	3 529	1 357	831
EBITDA	69	(1 591)	16	(375)
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	(1 877)	(2 908)	(440)	(685)
Zysk (strata) netto	(1 755)	(3 205)	(411)	(755)
	31.12.2018	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2017
Aktywa razem	6 094	7 271	1 417	1 743
Aktywa obrotowe	1 871	3 319	435	796
Kapitał własny	2 340	3 520	544	844
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	3 754	3 751	873	899
Zobowiązania długoterminowe	523	1 254	122	301

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 2018 roku 1 EUR = 4.3000 PLN
- kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2017 roku 1 EUR = 4.1709 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 2018 roku 1 EUR = 4.2669 PLN
- w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2017 roku 1 EUR = 4.2447 PLN.

Pozycja	w tys. PLN		w tys. EUR	
	2018	2017	2018	2017
Przychody ze sprzedaży	11 588	7 306	2 716	1 721
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	5 552	3 375	1 301	795
EBITDA	149	(1 587)	35	(374)
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	(1 797)	(2 904)	(421)	(684)
Zysk (strata) netto	(1 722)	(3 138)	(404)	(739)
	31.12.2018	31.12.2017	31.12.2018	31.12.2017
Aktywa razem	6 206	7 339	1 443	1 760
Aktywa obrotowe	1 981	3 385	461	812
Kapitał własny	2 452	3 583	570	859
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	3 754	3 756	873	901
Zobowiązania długoterminowe	523	1 254	122	301

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 2018 roku 1 EUR = 4.3000 PLN
- kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2017 roku 1 EUR = 4.1709 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 2018 roku 1 EUR = 4.2669 PLN
- w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2017 roku 1 EUR = 4.2447 PLN.

DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24



Informacja nt. Grupy Kapitałowej Brand 24

- działalność Grupy Kapitałowej Brand 24



Obszar operacyjny

- model biznesowy – oferta produktowa
- odbiorcy usług
- najważniejsze wydarzenia w 2018 roku oraz do dnia sporządzenia sprawozdania



Obszar finansowy

- umowy finansowe
- emisje papierów wartościowych
- inwestycje

2. Działalność Grupy Kapitałowej Brand 24

Spółka Brand 24 S.A. tworzy grupę kapitałową w skład, której wchodzi ona jako podmiot **dominujący** oraz **spółka zależna** Brand24 Global Inc. z siedzibą w USA, w której Brand 24 S.A. posiada 100% kapitału.

Działalność Grupy Kapitałowej Brand 24

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 roku jako **spółka** akcyjna. Podstawowym przedmiotem **działalności** jest **sprzedaż dostępu** do oprogramowania internetowego **umożliwiającego** monitoring treści w sieci.

Grupa Brand 24 posiada 4 biura w Polsce zlokalizowane we **Wrocławiu**, **Warszawie**, **Gdańsku** i **Krakowie**.



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 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**. **Spółka Zależna** oraz Emitent od 2016 roku są **związani umową odsprzedaży** („reseller agreement”), której przedmiotem jest dystrybucja produktu Brand24 na terytorium **Stanów Zjednoczonych** oraz **współpraca** stron w celu zapewnienia odpowiedniej **jakości usług** **świadczonym** klientom ze **Stanów Zjednoczonych**.

Począwszy od 2018 roku Emitent **sporządza** skonsolidowane sprawozdania finansowe, **które obejmują** wyniki Jednostki **Dominującej** oraz **Spółki Zależnej**. Wyniki **Spółki Zależnej** konsolidowane są **metodą pełną**.

Konsolidacja

Konsolidacją obejmowane są jednostki, nad **którymi** Brand 24 S.A. posiada **kontrolę**. Sprawozdanie finansowe Grupy **Kapitałowej** Brand 24 **obejmują** sprawozdanie finansowe **Spółki** Brand 24 S.A. oraz jednostki **zależnej** Brand 24 Global Inc.

Prezentacja informacji nt. **działalności** Grupy **Kapitałowej** Brand 24

Działalność operacyjna Grupy jest prowadzona w **głównej** mierze przez **Jednostkę Dominującą**, a **spółka zależna** nie **generowała** istotnych **kosztów** w związku ze **współpracą** z podmiotami **zewnętrznymi**, **realizując** jedynie postanowienia umowy **między spółkami** w Grupie.

W konsekwencji w ramach niniejszego sprawozdania z **działalności** komentarze nt. **czynników wpływających** na wyniki operacyjne oraz dane finansowe zaprezentowano **wyłącznie** dla Grupy **Kapitałowej** Brand 24.

Zgodność z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej

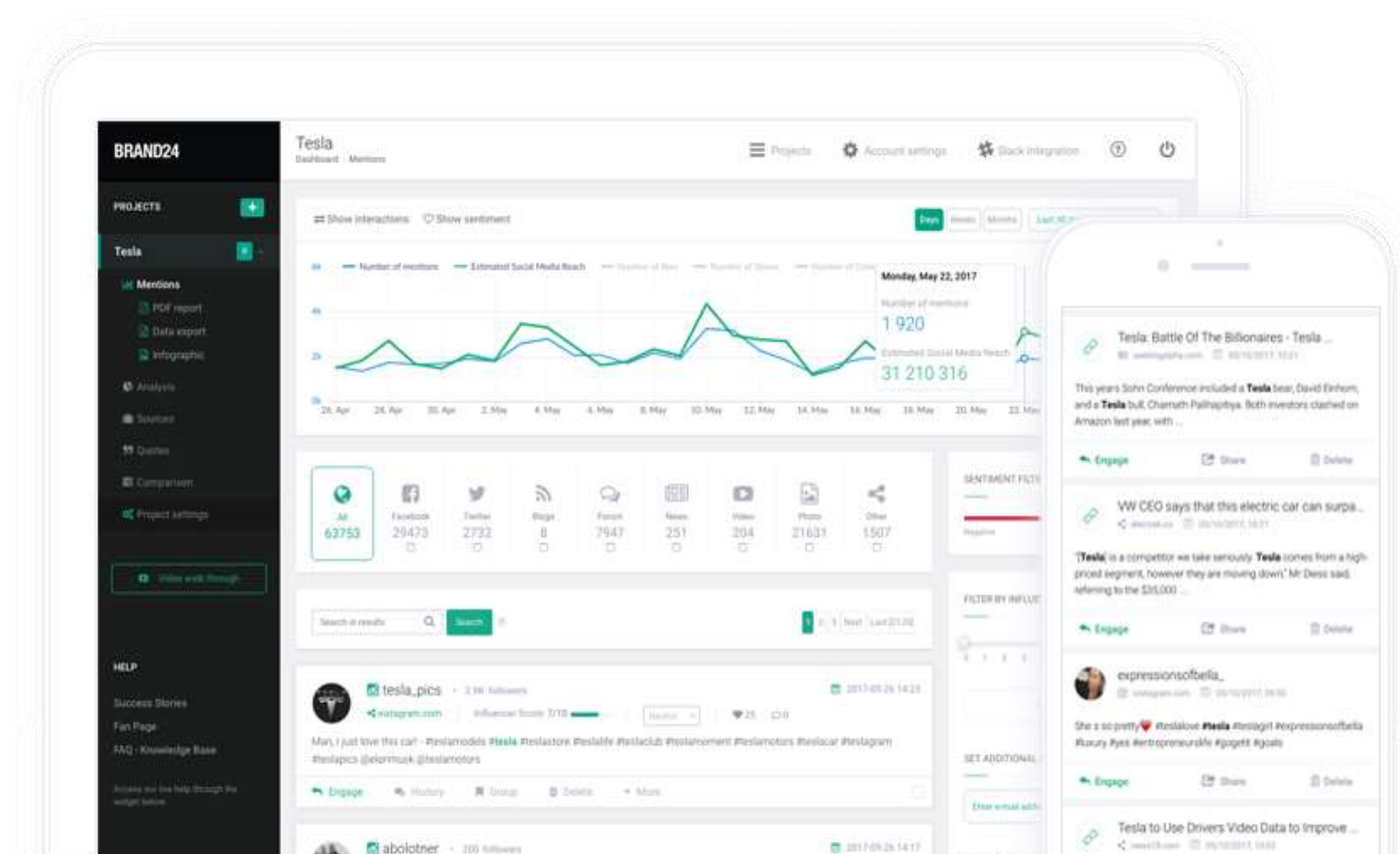
Sprawozdanie finansowe za rok obrotowy 2018 jest **sporządzone** zgodnie z **Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości**, **Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości** Finansowej oraz interpretacjami wydanymi przez **Radę Międzynarodowych Standardów Rachunkowości** zatwierdzonymi przez **Unię Europejską**.

Sprawozdanie Finansowe za rok 2017 **było sporządzane wyłącznie** dla jednostki **dominującej** Brand 24 S.A. zgodnie z **Polskimi Standardami Rachunkowości**. Dane **porównawcze** za rok 2017 **zostały przekształcone**, tak aby **odpowiadały** danym za rok 2018, **które zostały sporządzone** zgodnie z **MSSF** oraz **zostały sporządzone** dla Grupy **Kapitałowej** Brand 24.

Rozwiązanie Brand 24

Emitent jest **twórcą** i **dostawcą** oprogramowania analitycznego Brand24 służącego do monitorowania **treści** w Internecie, m.in. w mediach **społecznościowych**, na blogach, forach oraz w serwisach informacyjnych.

Oprogramowanie Brand24 zgodnie z kryteriami zdefiniowanymi 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 Brand24 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 Brand24 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.

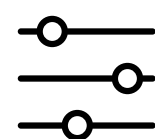
Emitent posiada **ugruntowaną pozycję** na krajowym rynku monitoringu Internetu, a **także** rozwija ją na arenie **międzynarodowej**. Potwierdzeniem wysokiej **jakości narzędzia** Brand24 są liczne **bardzo dobre recenzje użytkowników** i opinie **ekspertów**.

Technologia

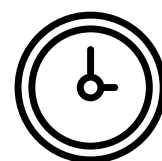
Technologia wykorzystywana przez Grupę została stworzona wewnątrz przez zespół założycieli i pracowników Spółki. Od ponad 7 lat technologia ta jest cały czas rozwijana a jej cechami charakterystycznymi są:

- 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 użytkowników dzięki automatyzacji analityki trendów i sentymentu.

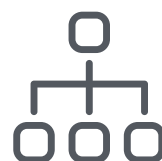
Oprogramowanie dostarczane jest w formie SaaS (ang. software as service) w chmurze publicznej w kilku wariantach abonamentowych w wersjach dedykowanych rynkowi polskiemu oraz wersji globalnej.



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.

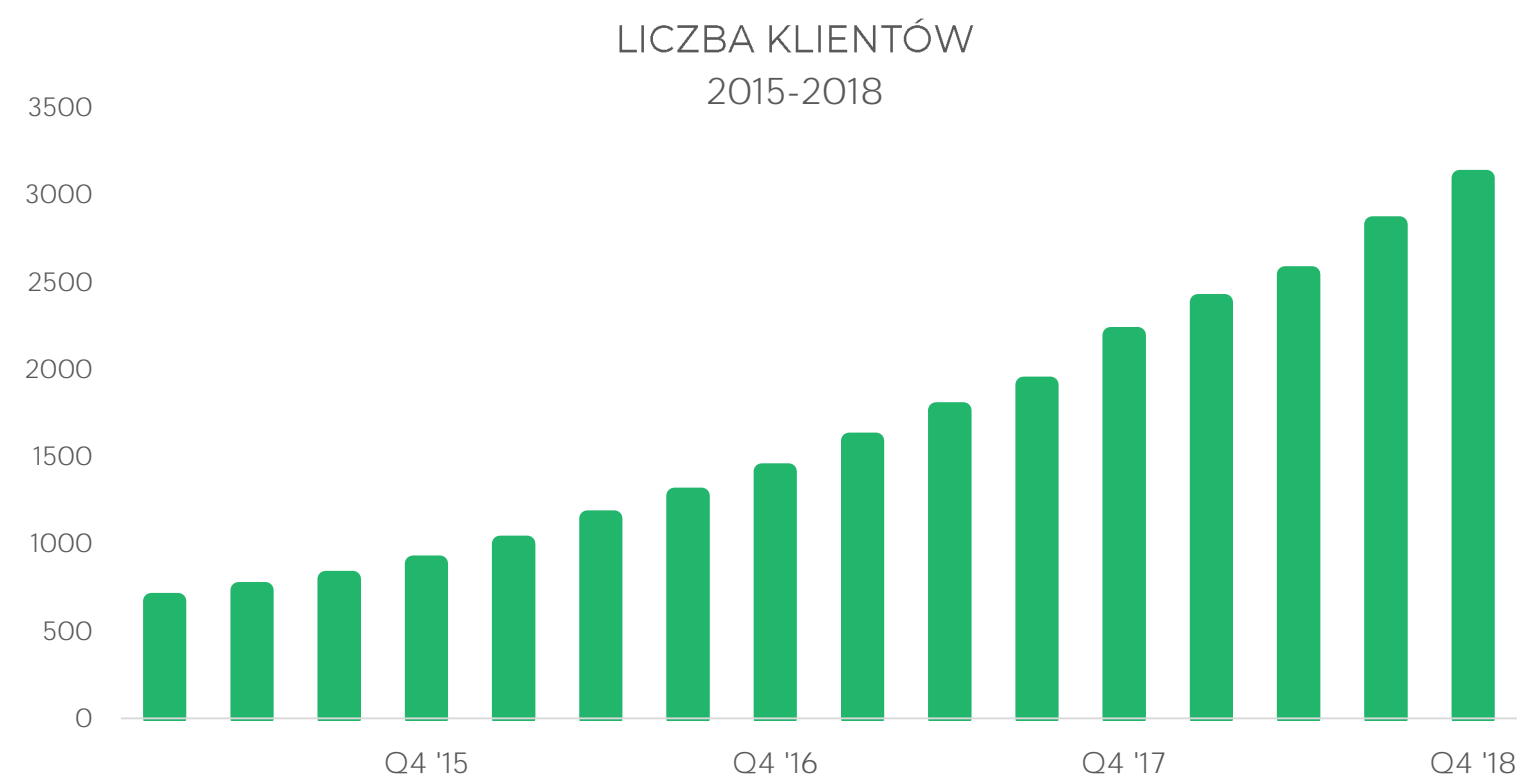
Sprzedaż oprogramowania w formie SaaS niesie za sobą znaczące korzyści zarówno po stronie klienta, jak i dostawcy. Najczęściej wymieniane korzyści dla klienta to:

- 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 dostosowanie oferty do własnych potrzeb,
- 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

Główną grupą odbiorców 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 Brand24 wyrażonej przez liczbę aktywnych kont na koniec poszczególnych kwartałów w latach 2015 - 2018 roku.

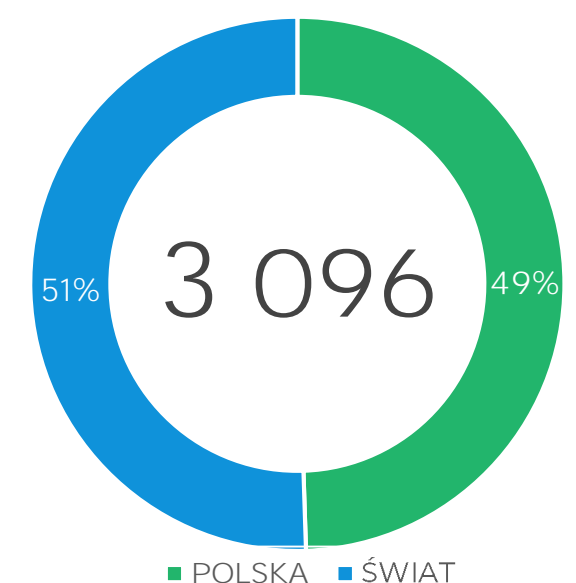


Większość klientów Grupy Brand 24 wykorzystuje oprogramowanie na potrzeby własne. W pozostałym zakresie klienci korzystający z rozwiązania Brand24 to agencje (interaktywne, SEM/SEO, PR, domy mediowe), wykorzystujące oprogramowanie przy projektach wykonywanych na rzecz podmiotów trzecich. Grupa Brand 24 monitoruje dziesiątki tysięcy słów kluczowych dla klientów pochodzących z ponad 100 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.

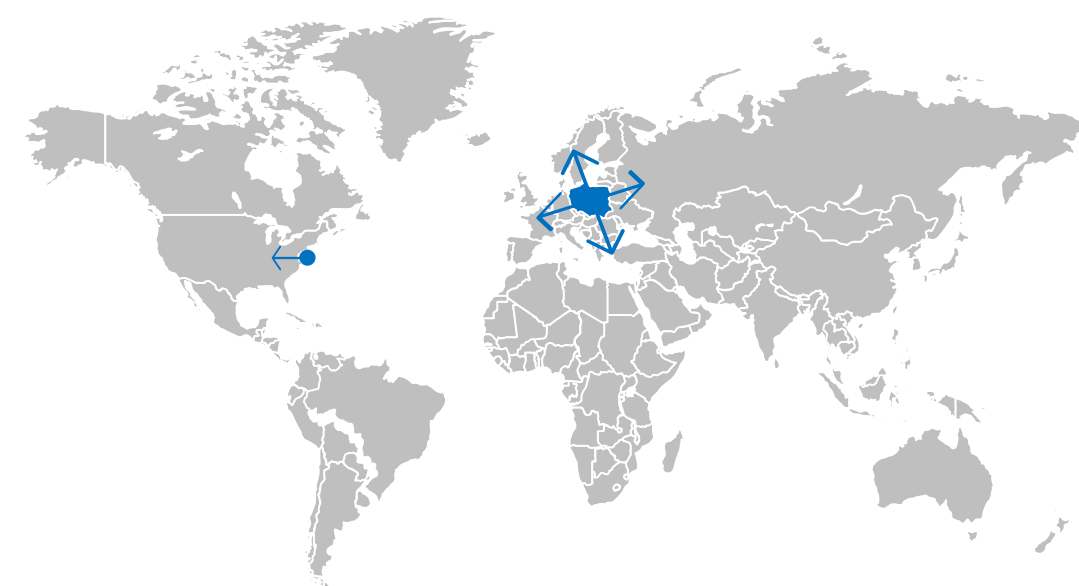
Ekspansja zagraniczna rozpoczęła się wraz z uruchomieniem globalnej wersji narzędzia Brand24 w 2015 roku. Od tego momentu dynamicznie przybywa klientów korzystających z narzędzia poza granicami Polski.

Poniżej przedstawiono strukturę geograficzną klientów Brand 24 według stanu na koniec 2018 roku.

PODZIAŁ LICZBY 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 2018 roku:

- Integracja **rozwiązania** Brand24 z nowymi serwisami internetowymi, co pozwoli na jeszcze bogatsze **treści** i **przyciągnięcie** nowych **klientów** (np. Yelp, TripAdvisor)
- Wprowadzenie **płatności** rekurencyjnych w polskiej wersji **narzędzia**, znacznie **ułatwiających** rozliczanie **się** klientom za korzystanie z **narzędzia** Brand24. **Rozwiązanie** to powinno pozytywnie **wpłynąć** na **ilość odchodzących klientów**
- Uruchomienie nowej **funkcjonalności narzędzia** - **widżetu** z rekomendacjami i wzmiankami na temat marki czy produktu. Umieszczanie takich informacji na stronach **użytkowników** Brand24 ma pozytywny **wpływ** na ich postrzeganie przez **klientów**
- Najpopularniejsze Hashtagi – **wdrożenie** nowej funkcji **narzędzia** dającej **możliwość śledzenia** najpopularniejszych **hashtagów** dla danego projektu. **Rozwiązanie** znacząco **ułatwiające** klientom **analizę efektów** kampanii marketingowych realizowanych z **użyciem hashtagów**
- Uruchomienie analityki geograficznej wzmianek, **która** pomaga **określić** kraje najmocniej **wpływające** na **reputację** wybranej marki.
- **Wdrożenie płatności** rocznych. Mechanizm **pozwalający** na **automatyzację płatności** długoterminowych **pozwalających** na **redukcję churn'u**, a zatem ulepszenie retencji.
- Uruchomienie nowego algorytmu detekcji **języka**, **który** pozwoli na podniesienie **jakości wyników** serwowanych w wersji zagranicznej Brand24, a tym samym **będzie miał wpływ** na **wskaźniki** takie jak konwersja z kont testowych na **płatne** oraz **retencję**.
- Przekroczenie poziomu 1 mln PLN dla **miesięcznych** powtarzalnych **przychodów** (MRR) w GK Brand 24.
- Start nowego systemu **serwerów** **pozwalających** na szybsze wczytywanie **wyników** i **ogólne działanie** panelu aplikacji.
- Uruchomienie nowego systemu analizy sentymentu, **który podniósł skuteczność** algorytmu **automatyzującego** wykrywanie wzmianek o zabarwieniu pozytywnym, negatywnym i neutralnym.

Inne istotne wydarzenia

Poza opisanymi **powyżej** zdarzeniami operacyjnymi w okresie sprawozdawczym nie **miały** miejsca inne istotne wydarzenia, **które dotyczyłyby** Grupy **Kapitałowej** Brand 24.

Istotne zdarzenia po **zakończeniu** okresu sprawozdawczego

Po **zakończeniu** okresu sprawozdawczego nie **wystąpiły** zdarzenia istotne dla **działalności** Grupy **Kapitałowej** Brand 24.

Umowy finansowe

Grupa w trakcie okresu sprawozdawczego **dysponowała** jednorocznym kredytem w rachunku **bieżącym** do maksymalnej **wysokości** 1 mln zł udzielonym Emitentowi przez Alior Bank S.A. Termin **zakończenia** umowy kredytowej przypada na **dzień** 21 czerwca 2019 roku.

Emitent **zobowiązany** jest do **niewypłacania** lub do nieprzekazywania w jakiegokolwiek 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 2018 roku **spółki** z Grupy **Kapitałowej** Brand 24 nie **udzielały** **pożyczek**, **poręczeń** lub gwarancji.

Emisje **papierów wartościowych**

W 2018 roku Brand 24 S.A. nie **emitował** **papierów wartościowych**.

Inwestycje

Emitent rozwija **się głównie** w oparciu o **środki** generowane z **bieżącej działalności**, jak **również** o finansowanie **zewnętrzne**. **Spółka** **pozyskała** 3,5 mln zł pod koniec 2017 roku od **inwestorów**.

W 2018 roku poniesione **zostały nakłady** inwestycyjne na prace rozwojowe nad produktem w **wysokości** 1 174 tys. zł. Grupa stale rozwija **swój produkt**, tak aby **sprostac** potrzebom **klientów** i **utrzymać konkurencyjność** na rynku.

SYTUACJA FINANSOWA



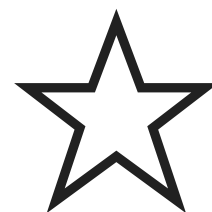
Omówienie danych operacyjnych



Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa



Prognozy wyników finansowych



BRAND 24

Najważniejsze dane

3 096

**AKTYWNYCH KLIENTÓW
NA KONIEC ROKU**

11.8 mln

PLN
ROCZNYCH
PRZYCHODÓW

1.1 mln

PLN MRR
**MIESIĘCZNYCH POWTARZALNYCH
PRZYCHODÓW NA KONIEC ROKU
(GRUDZIEŃ 2018)**

2.2x

**WZROST LICZBY KLIENTÓW
W PRZECIĄGU 2 LAT**

Gru 2016 – Gru 2018

skalowalny
biznes

2.4x

**WZROST PRZYCHODÓW
W OSTATNICH 2 LATACH**

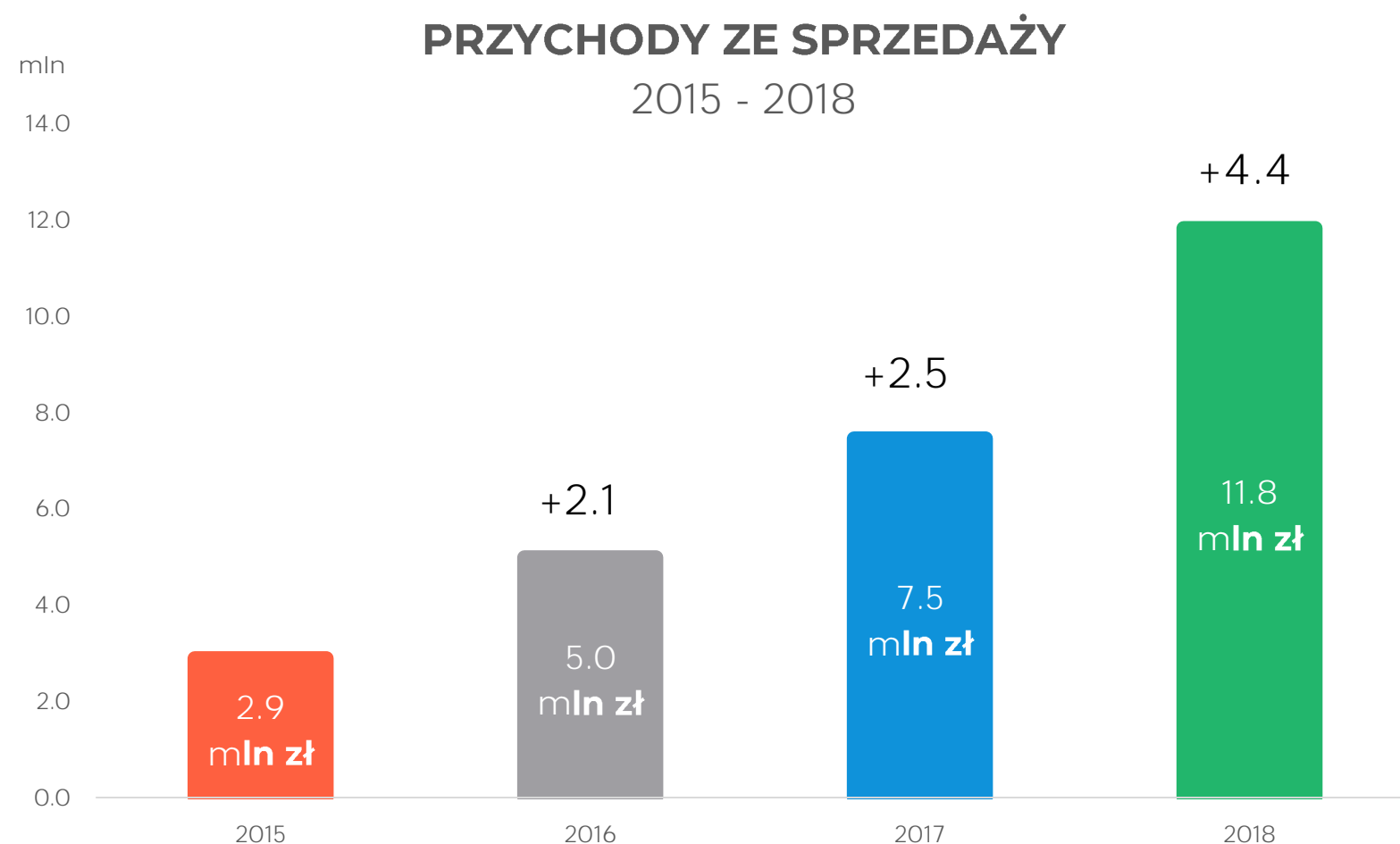
2016 vs. 2018

3. Omówienie danych operacyjnych

Grupa Brand 24 **zakończyła** rok 2018 z przychodami skonsolidowanymi na poziomie 11.8 mln zł, co w **porównaniu** do roku poprzedniego jest **wartością większą** o 4.4 mln zł (+59%). Tak **duży** wzrost **był możliwy** dzięki pozyskaniu **dużej** liczby nowych **klientów** (wzrost r/r o 41%).

Skonsolidowana EBITDA Grupy **wyniosła** w okresie sprawozdawczym 69 tys. PLN. Grupa sukcesywnie **zwiększa** zasoby IT, potrzebne do szybszego rozwoju produktu oraz poprawia procesy **sprzedażowe** jak i procesy **obsługi** klienta. Grupa **zwiększyła** również **nakłady** na pozyskanie nowych **klientów**. Wydatki te finansowane są **gotówką wypracowaną** z **bieżącej działalności** Grupy oraz **środkami** pozyskanymi z emisji akcji, **która miała** miejsce w IV kwartale 2017 roku.

Grupa realizuje plan przedstawiony inwestorom w czasie IPO i konsekwentnie **zmierza** w **stronę rentowności** na **każdej** linii zysku. Realizacja Programu Motywacyjnego za rok 2018 **została osiągnięta** na **każdym** operacyjnym **wskaźniku**. **Szczegóły** realizacji **zostały** przedstawione w dalszej **części** sprawozdania.



3. Omówienie danych operacyjnych

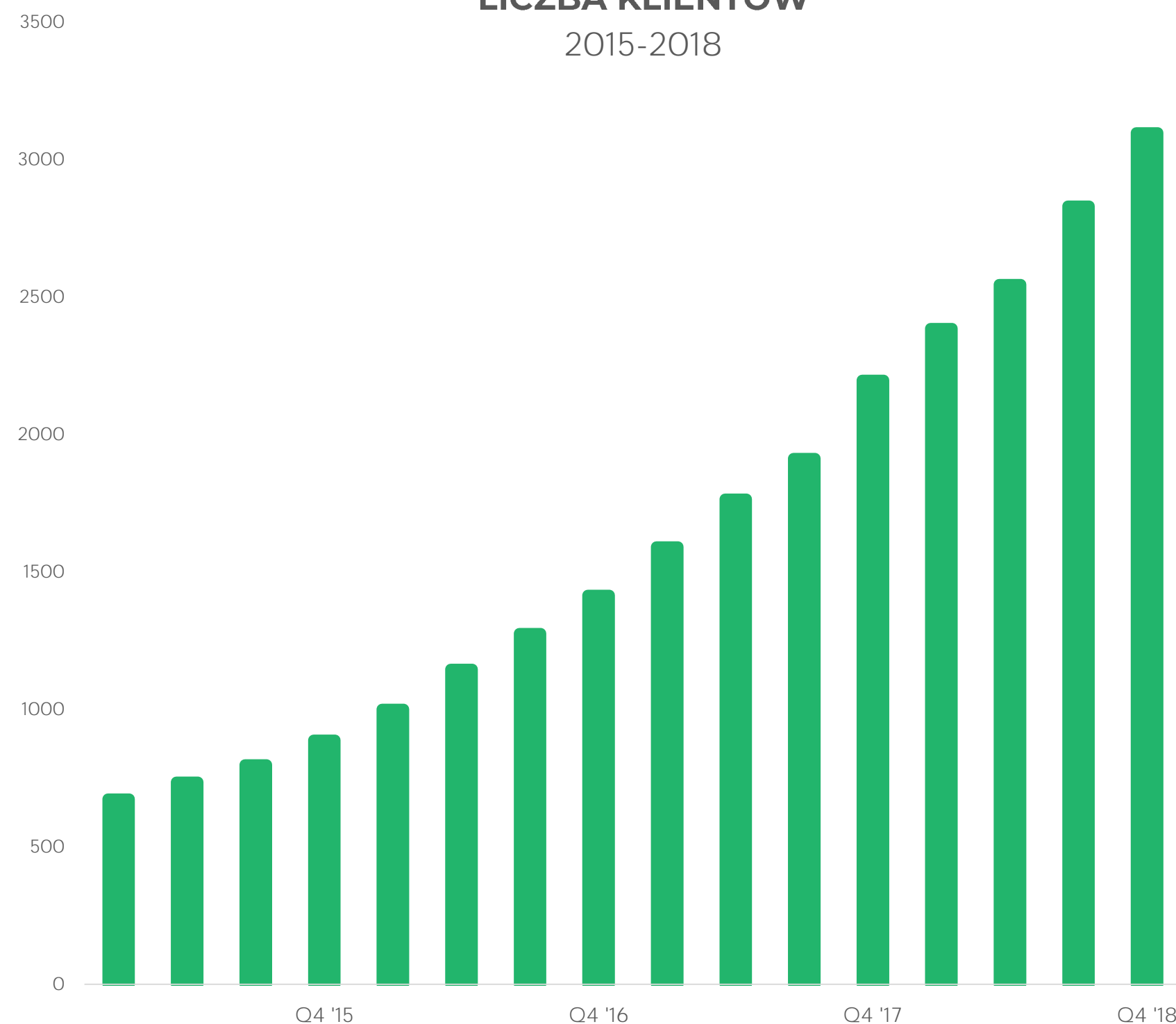
Na koniec 2018 roku Grupa posiadała 3 096 aktywnych użytkowników swojego autorskiego narzędzia, co w porównaniu do 2017 roku jest wynikiem wyższym o 900 klientów (2 196 aktywnych kont na koniec 2017 roku).

Grupę charakteryzuje wysokie historyczne tempo wzrostu liczby klientów, w okresie 2016-2018 łączna liczba klientów wzrosła netto o 2 209, co oznacza średnioroczne tempo wzrostu (CAGR) dla wspomnianego okresu na poziomie 52%.

Grupa obecnie skupia się przede wszystkim na sprzedaży globalnej, na rynkach całego świata. Wśród klientów spółki są firmy z ponad 100 państw.



LICZBA KLIENTÓW
2015-2018



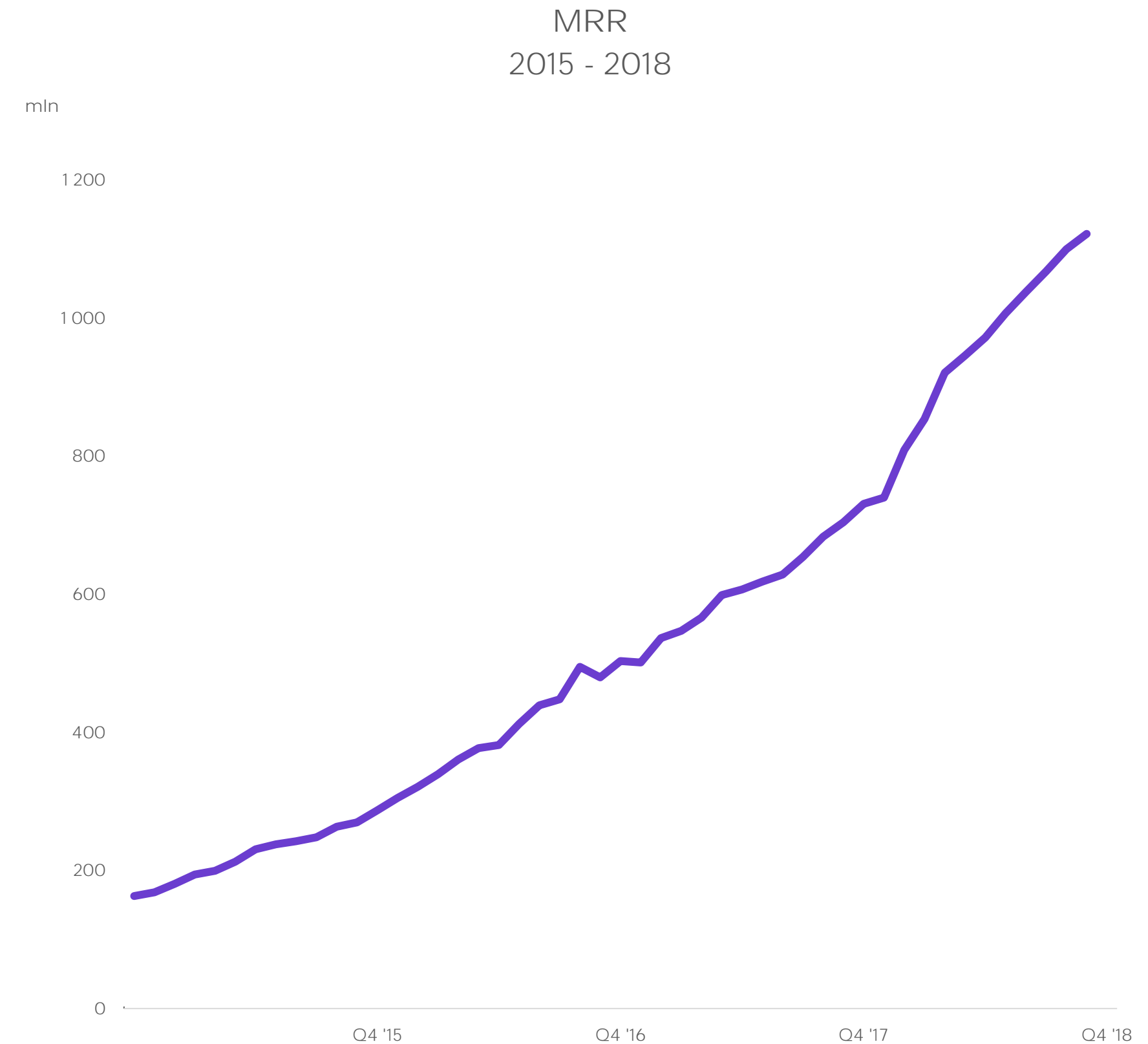
3. Omówienie danych operacyjnych

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

W okresie 2016-2018 wzrostowi liczby klientów towarzyszył dynamiczny wzrost miesięcznych powtarzalnych przychodów (MRR – Monthly Recurring Revenue) na poziomie 61% CAGR.

Na koniec 2017 roku MRR wynosił 704 tys. PLN. W grudniu 2018 roku MRR urósł do poziomu 1 122 tys. PLN co oznacza wzrost o prawie +60%.

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.

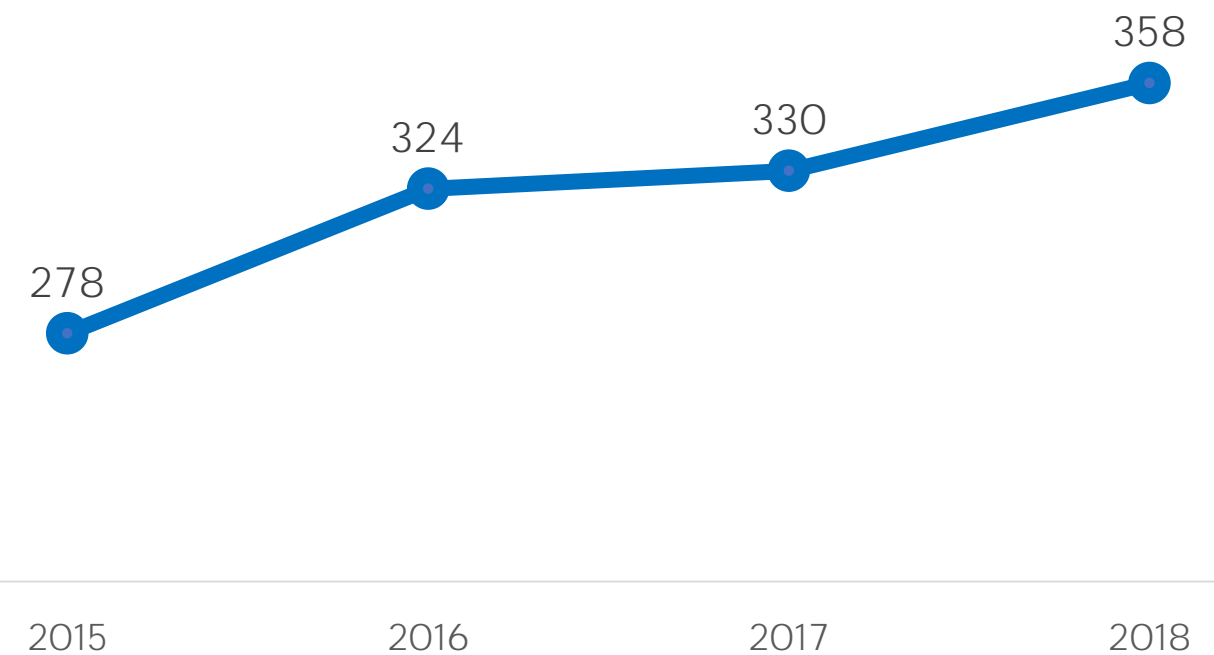


3. Omówienie danych operacyjnych

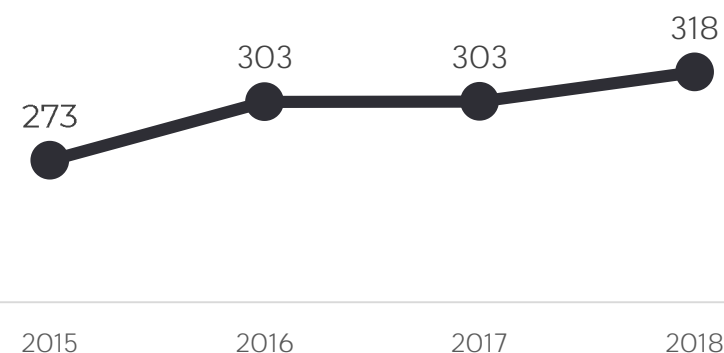
Wzrostowi liczby **klientów** towarzyszy wzrost **średniego** przychodu **przypadającego** na klienta (ARPU – average revenue per user), **który** w 2018 roku **wynosił średnio** 358 PLN.

ARPU wersji Polskiej (318 PLN) i Zagranicznej (110 USD) **wzrosło** odpowiednio o 15 PLN i 9 USD w **porównaniu** do 2017 roku. **Średnie** ARPU (358 PLN) **wzrosło** w analogicznym **porównaniu** o 28 PLN mimo kursu dolara, **który** **średnio** w 2018 roku **był niższy** w **porównaniu** do **średniego** kursu roku 2017.

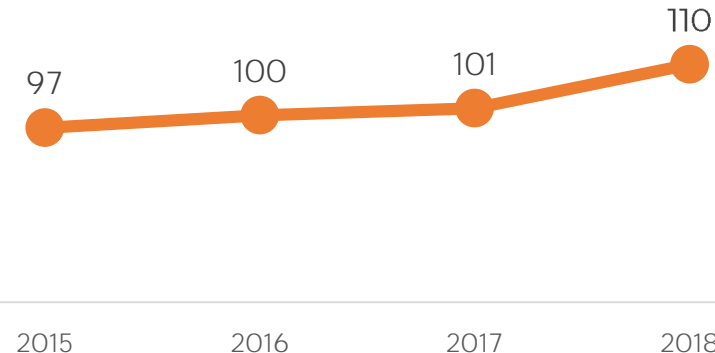
ARPU
2015-2018
PLN



ARPU Polska
2015-2018
PLN



ARPU Zagranica
2015-2018
USD



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 portfolio wszystkich klientów Grupy Brand 24 skutkuje stopniowym wzrostem całkowitego ARPU Grupy (przy założeniu stabilnego kursu dolara).

3. Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa GK Brand 24

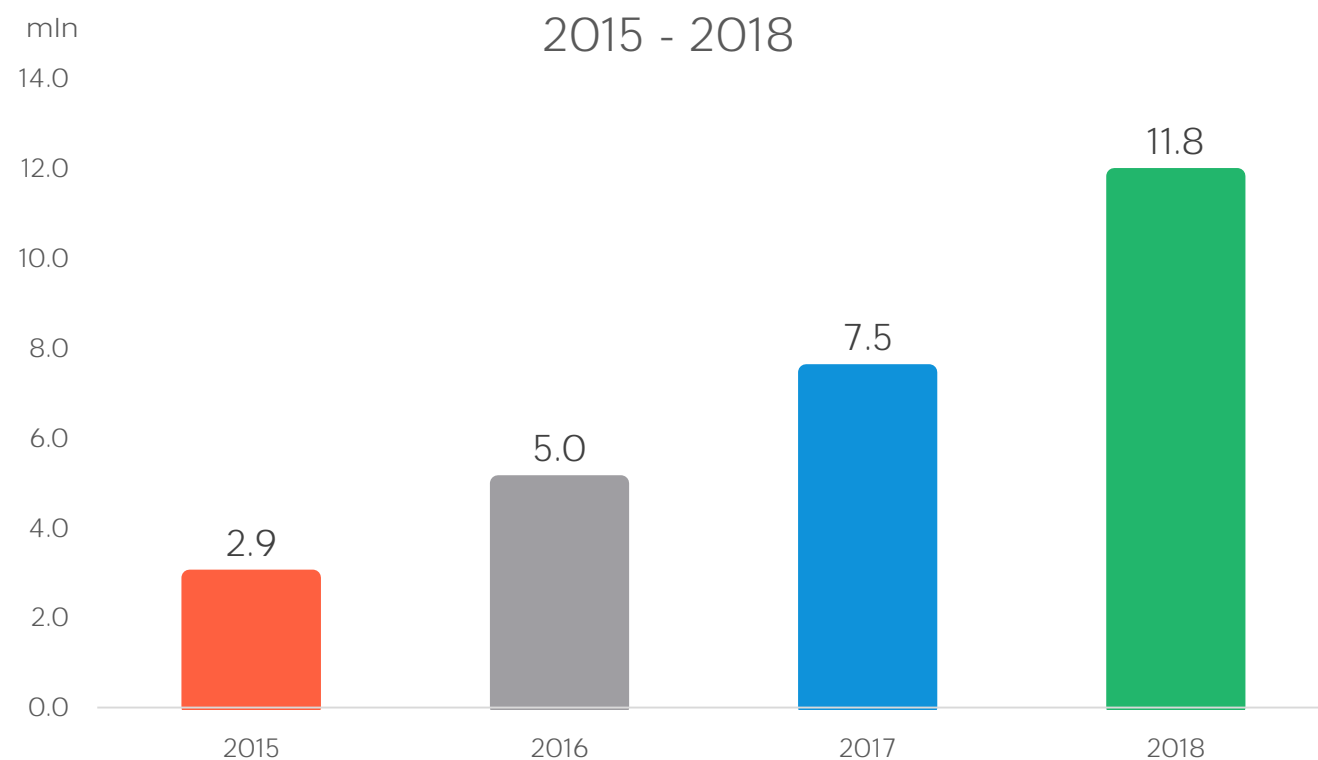
Pozycja	w tys. PLN		
	2018	2017	Zmiana
Przychody netto ze sprzedaży	11 827	7 459	4 368
Koszty sprzedanych produktów	6 037	3 931	2 106
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	5 791	3 529	2 262
Koszty sprzedaży	3 658	2 371	1 287
Pozostałe koszty ogólnego zarządu	3 345	1 649	1 696
Pozostałe przychody operacyjne	43	3	40
Pozostałe koszty operacyjne	119	91	28
Koszty wyceny programu motywacyjnego	590	2 329	(1 739)
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	(1 877)	(2 908)	1 031
EBITDA	69	(1 591)	1 660
Przychody finansowe	1	0	1
Koszty finansowe	138	311	(172)
Zysk (strata) brutto	(2 015)	(3 219)	1 204
Zysk (strata) netto	(1 755)	(3 205)	1 449

Grupa w 2018 roku osiągnęła przychody na poziomie 11.8 mln zł. W porównaniu do poprzedniego roku zanotowała wzrost przychodów, o 4.4mln zł (+59%), który jest w szczególności efektem dynamicznego wzrostu liczby aktywnych klientów korzystających z rozwiązania Brand24 oraz poprawy wskaźnika ARPU. Liczba klientów w trakcie 2018 roku uległa zwiększeniu netto o 900 aktywnych kont, co oznacza wzrost o 41% względem stanu na koniec 2017 roku. Zwiększenie liczby klientów stanowi efekty intensywnego rozwoju wykorzystywanych narzędzi oraz kanałów sprzedażowych.

Powiększenie bazy aktywnych klientów przekłada się również na wyższe koszty bezpośrednie. Grupa również zwiększa nakłady na rozwój produktu poprzez rozbudowywanie funkcjonalności rozwiązania Brand24, co w perspektywie czasu powinno wpłynąć na dalsze powiększanie bazy klientów. Ponadto w okresie sprawozdawczym spółka Brand 24 SA była już spółką publiczną, czego efektem są zwiększone koszty ogólnego zarządu, wynikające z obowiązków nakładanych na spółki notowane na rynku NewConnect. Dzięki wysokiej dynamice wzrostu przychodów Grupa jest w stanie kompensować rosnące koszty i konsekwentnie dąży do rentowności.

Grupa rozpoznała również w kosztach, zgodnie z MSSF, wycenę programu motywacyjnego, która ma istotny wpływ na wyniki zarówno w roku 2018 jak i 2017.

PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY
2015 - 2018



3. Przekształcenie wyników

Pozycja	w tys. PLN		
	MSR	Korekta	PSR
Przychody netto ze sprzedaży	11 827	(173)	12 001
Koszty sprzedanych produktów	6 037	(82)	6 118
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	5 791	(91)	5 882
Koszty sprzedaży	3 658	-	3 658
Pozostałe koszty ogólnego zarządu	3 345	(41)	3 385
Pozostałe przychody operacyjne	43	-	43
Pozostałe koszty operacyjne	119	24	95
Koszty wyceny programu motywacyjnego	590	590	-
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	(1 877)	(664)	(1 213)
EBITDA	69	885	(817)
Przychody finansowe	1	-	1
Koszty finansowe	138	121	17
Zysk (strata) brutto	(2 015)	(786)	(1 229)
Zysk (strata) netto	(1 755)	(753)	(1 002)

Grupa Brand 24 na podstawie uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki Brand 24 S.A. z dnia 19 grudnia 2018 roku sporządza sprawozdanie finansowe zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości, Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej oraz interpretacjami wydanymi przez Radę Międzynarodowych Standardów Rachunkowości zatwierdzonymi przez Unię Europejską.

Grupa na podstawie wcześniejszej polityki rachunkowości, opartej o ustawę o rachunkowości, wyliczyła wpływ korekt, wynikających ze zmian standardów rachunkowych, na wyniki roku sprawozdawczego. Przekształcenie zostało dokonane na potrzeby porównawcze z prognozą LARQ S.A. oraz Programu Motywacyjnego spółki. Podsumowanie tych zmian zostało przedstawione poniżej.

Wpływ zastosowania MSR na wynik netto	2018
Wynik netto według MSR	(1 755)
Korekta amortyzacji	1
Wycena programu motywacyjnego	590
Klasyfikacja umów leasingowych	(2)
Ujęcie strat kredytowych	24
Rozpoznanie przychodów	140
Łącznie wpływ zmiany na kapitał własny Grupy	753
Wynik netto według PSR	(1 002)

3. Sytuacja majątkowa GK Brand 24

AKTYWA Pozycja	w tys. PLN		
	31.12.2018	31.12.2017	Zmiana
Aktywa trwałe	4 223	3 953	270
Rzeczowe aktywa trwałe	137	118	19
Aktywa z tytułu prawa do użytkowania	1 638	2 499	(861)
Wartości niematerialne	2 017	1 168	848
Należności długoterminowe z tytułu kaucji	63	58	5
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	364	108	256
Pozostałe aktywa trwałe	3	-	3
Aktywa obrotowe	1 871	3 319	(1 448)
Należności handlowe	959	569	390
Należności z tytułu bieżącego podatku dochodowego	-	-	-
Pozostałe należności	159	71	88
Rozliczenia międzyokresowe	117	105	11
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	636	2 573	(1 937)
Aktywa razem	6 094	7 271	(1 178)

Najistotniejszą pozycję aktywów trwałych stanowią wartości niematerialne i prawne, które obejmują skapitalizowane nakłady na rozwój produktu Brand24 oraz aktywa z tytułu prawa do użytkowania, gdzie Grupa rozpoznaje wartość aktywów wynikających z umów, które spełniają kryteria umów leasingu, zgodnie z MSSF 16. W aktywach obrotowych najistotniejsza zmiana dotyczy rozdysponowania środków pieniężnych pozyskanych z emisji prywatnej 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		
	31.12.2018	31.12.2017	Zmiana
Kapitał własny	2 340	3 520	(1 180)
Kapitał podstawowy	201	189	12
Kapitał zapasowy	5 185	1 988	3 198
Pozostałe kapitały	3 042	5 660	(2 619)
Różnice kursowe z przeliczenia	(5)	10	(16)
Niepodzielony wynik finansowy	(4 327)	(1 123)	(3 205)
Wynik finansowy bieżącego okresu	(1 755)	(3 205)	1 449
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	3 754	3 751	3
Zobowiązania z tytułu leasingu	1 708	2 572	(864)
Zobowiązania handlowe	620	390	230
Zobowiązania do wykonania świadczenia	1 102	599	503
Rezerwy	165	112	53
Pozostałe	159	78	81
Pasywa razem	6 094	7 271	(1 178)

W związku z pozyskaniem środków finansowych z emisji akcji serii I utworzona została pozycja pozostałych kapitałów zapasowych, która stanowi najistotniejszą pozycję kapitału własnego. Po stronie zobowiązań odzwierciedleniem zastosowania MSSF 16 jest pozycja Zobowiązania z tytułu leasingu. Grupa w ramach umów leasingu rozpoznaje umowy dotyczące wynajmu powierzchni biurowych oraz dzierżawy serwerów. Znaczna zmiana widoczna jest także w pozycji Zobowiązania do wykonania świadczenia. Klienci coraz częściej decydują się na zakup abonamentu na dłuższy okres niż jeden miesiąc, co wpływa na wartość przychodów odroczonej Grupy prezentowanych w tej pozycji.

3. Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa GK Brand 24

PRZEPIŁYWI PIENIĘŻNE Pozycja	w tys. PLN		
	2018	2017	Zmiana
Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej	994	1 011	(17)
Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej	(1 264)	(569)	(695)
Przepływy pieniężne z działalności finansowej	(1 666)	1 899	(3 565)
Przepływy pieniężne netto	(1 937)	2 340	(4 277)
Środki pieniężne na początek okresu	2 573	233	2 340
Środki pieniężne na koniec okresu	636	2 573	(1 937)

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 związane są właśnie z taką strategią firmy.

Działalność inwestycyjna jest realizowana poprzez prace rozwojowe nad narzędziem Brand24, tak aby sprostać potrzebom klientów i utrzymać konkurencyjność na rynku.

Najistotniejszą pozycją przepływów pieniężnych z działalności finansowej są płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu wynikające z zastosowania MSSF 16 dotyczące umów dzierżawy serwerów i wynajmu powierzchni biurowych.

Prognozy wyników finansowych

Emitent nie publikował prognoz wyników finansowych na rok 2018.

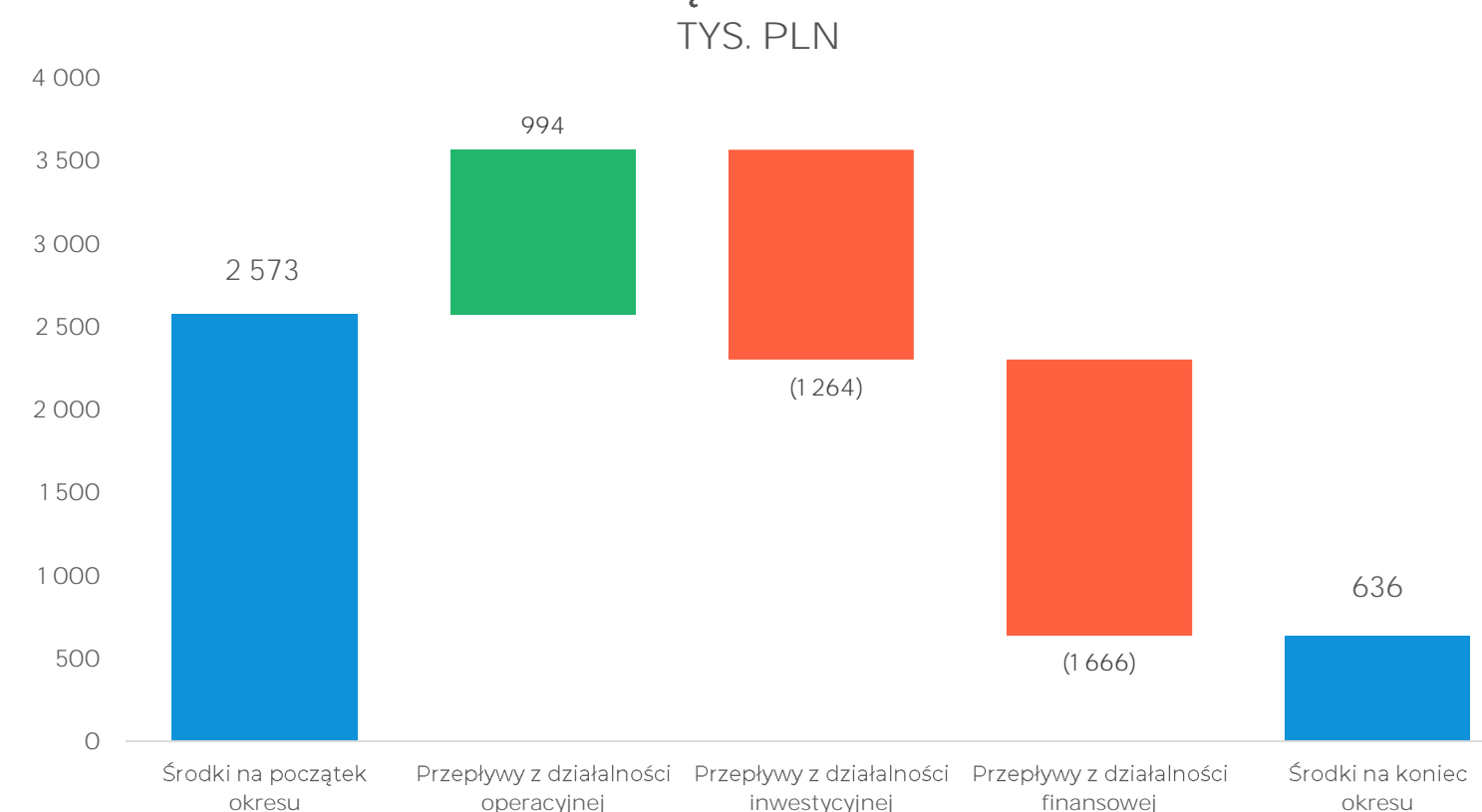
Jednocześnie w dniu 18 października 2018 r. LARQ SA dla którego Emitent jest spółką wchodzącą w skład aktywów finansowych, opublikował prognozę wyników poszczególnych aktywów na 2018 rok.

LARQ SA prognozował wzrost liczby aktywnych klientów obsługiwanych przez Emitenta o 34% do 2 935, wzrost przychodów ze sprzedaży o 42% do 10.8 mln zł oraz stratę EBITDA na poziomie 0.9 mln zł. Założenia te były oparte o Polskie Standardy Rachunkowości, jako że GK Brand 24 dotychczas raportowała wyniki w tym układzie.

Spółka zrealizowała ww. prognozę w następującym zakresie (dane finansowe w oparciu o wyniki przekształcone, będące podstawą przygotowania prognozy):

- liczba klientów wyniosła 3 096 w stosunku do prognozowanej liczby 2 935 klientów;
- skonsolidowane przychody ze sprzedaży wyniosły 12.0 mln zł. Prognoza zakładała poziom przychodów na poziomie 10.8 mln zł;
- skonsolidowana EBITDA wyniosła -0.8 mln zł przy zakładanej prognozie na poziomie -0.9 mln zł.

PRZEPIŁYWI PIENIĘŻNE GK BRAND 24 W 2018



PERSPEKTYWY ROZWOJU ORAZ RYZYKA I ZAGROŻENIA



Strategia Grupy Kapitałowej 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** Grupy

Osiągnięcie powyższych celów będzie możliwe dzięki:



rozwojowi **źródeł** pozyskania klienta, obecnie **sprzedaż** Emitenta realizowana jest **wyłącznie** w oparciu o ruch **przychodzący** (inbound marketing), **który** polega na **umożliwieniu** odbiorcom samodzielnego odnalezienia w Internecie oprogramowania Brand24, 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 Brand24.



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** **płacącym** klientem oraz
- 2) **optymalizację** **jakości** i **ilości** danych, jakie otrzymuje **użytkownik** **chwilę** po **założeniu** konta.



działaniami 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 Brand24 jako produkt codziennego **użytku** dla firm **małych** i **średnich**.

Realizacja strategii **działania** w perspektywie **najbliższych kilkunastu miesięcy** finansowana **będzie** oparta o **środki własne** oraz **środki** pozyskane w 2017 roku z emisji akcji serii I w **wysokości** 3,5 mln PLN brutto. **Środki** te **zostaną** przeznaczona na:

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

Zgodnie z **założeń** 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 **poprawę** dynamiki pozyskiwania **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** Grupa 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.
- **zarządzenie** 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.

Ryzyko operacyjne	Opis ryzyka
<p>Ryzyko zmiany preferencji klientów co do produktu i odbioru sieci Internet</p>	<p>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 utratę pozycji konkurencyjnej.</p>
<p>Ryzyko ograniczeń rozwoju Grupy związanych z prawami własności intelektualnej osób trzecich</p>	<p>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.</p>
<p>Ryzyko wizerunkowe związane z osobami związanymi z Brand 24</p>	<p>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.</p>
<p>Ryzyko wystąpienia negatywnych zdarzeń u podmiotów zewnętrznych współpracujących ze Spółką</p>	<p>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.</p>

Ryzyko operacyjne	Opis ryzyka
<p>Ryzyko związane z naruszeniem ochrony danych („wyciek danych”)</p>	<p>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.</p>
<p>Ryzyko związane z przetwarzaniem danych osobowych</p>	<p>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.</p>
<p>Ryzyko związane z awariami technicznymi</p>	<p>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 narazona 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.</p>

Ryzyko finansowe	Opis ryzyka
Ryzyko związane ze zmianami kursów walut	<p>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 (przeze wszystkim 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.</p>
Ryzyko zmian stopy procentowej	<p>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.</p>
Ryzyko zmiany cen	<p>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 odnośnie dokonania ewentualnych korekt w tym obszarze.</p>
Ryzyko związane z płynnością	<p>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.</p>
<p>Spółka nie wykorzystuje dedykowanych instrumentów finansowych w celu zarządzania poszczególnymi aspektami ryzyka finansowego.</p>	

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 2018 Emitent **zobowiązany był** do stosowania zbioru zasad ładu korporacyjnego **ujętych** 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 (<https://newconnect.pl/dobre-praktyki>).

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, **rejestrwać** 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 **generowały** by 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***

Zmiany w kapitale **zakładowym** w 2018 roku

W dniu 18 stycznia 2018 roku **zostało** zarejestrowane **podwyższenie kapitału zakładowego** w drodze emisji 110.000 akcji serii I.

Ponadto w dniu 26 listopada 2018 r. w **związku z realizacją uprawnień wynikających z Programu Motywacyjnego 2016-2017 uchwalonego na podstawie uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 25 października 2016 roku i złożeniem przez uczestników tego Programu oświadczeń o objęciu łącznie 7.762 akcji serii G Zarząd Spółki złożył oświadczenie w sprawie dookreślenia wysokości kapitału zakładowego Spółki.**

Struktura **kapitału zakładowego**

Kapitał podstawowy

Na dzień 31 grudnia 2018 roku **kapitał zakładowy Spółki składa się z 2.007.302 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;
- 172.482 akcji serii G (7.762 akcje niezarejestrowane w KRS);
- 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 PLN w drodze emisji nie więcej niż 172 482 akcji zwykłych imiennych serii G, o wartości nominalnej 0.10 PLN każda i łącznej wartości nominalnej nie większej niż 171248.20 PLN.**

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 PLN w drodze emisji nie więcej niż 102 143 akcji zwykłych na okaziciela serii H o wartości nominalnej 0.10 PLN każda i łącznej wartości nominalnej nie większej niż 10 214.30 PLN.** 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 roku, 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 PLN w drodze emisji 144 454 akcji zwykłych na okaziciela o wartości nominalnej 0.10 PLN każda akcja. Uchwałą Zarządu z dnia 30 października 2017 roku dokonano emisji nie więcej niż 110.000 akcji zwykłych na okaziciela serii I w ramach kapitału docelowego o łącznej wartości nominalnej 11 000.00 PLN.**

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 PLN.**

Akcje własne

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

5. Akcje i akcjonariat

Struktura akcjonariatu

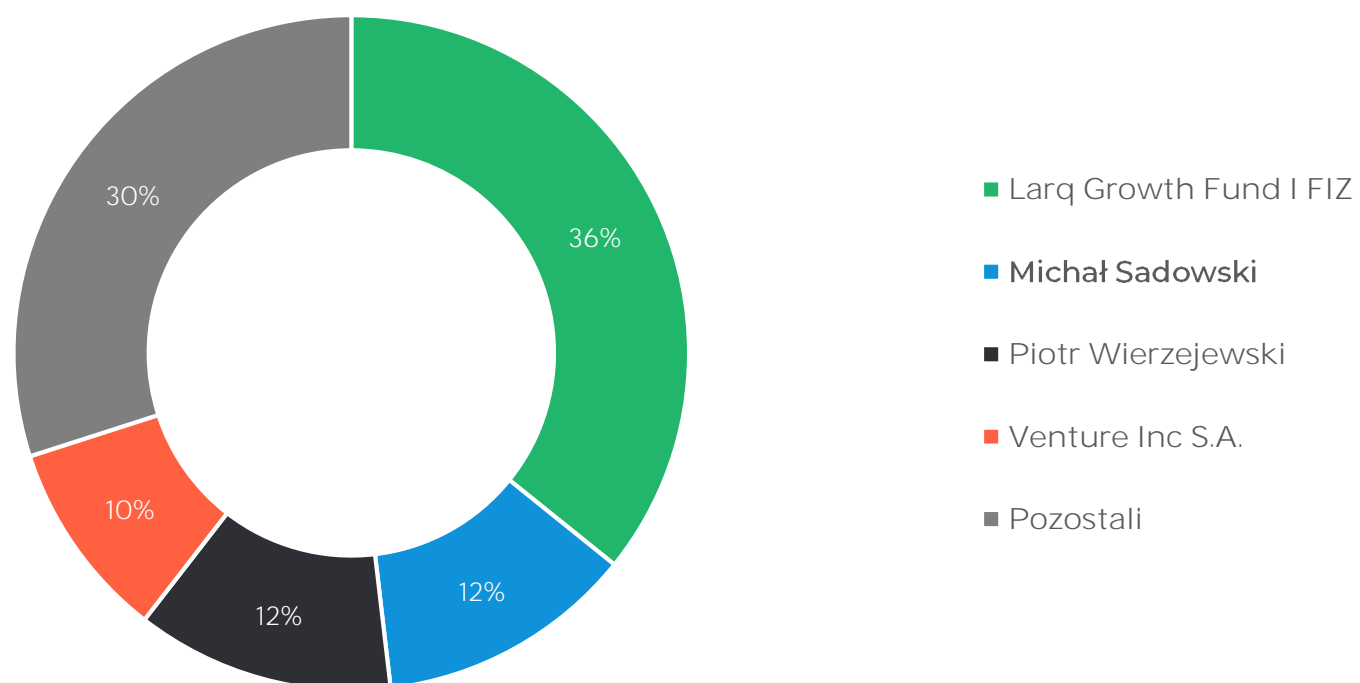
Poniżej zaprezentowano **strukturę** akcjonariatu na **dzień sporządzenia** niniejszego sprawozdania.

Akcjonariusz	Liczba akcji/głosów	Udział w kapitale zakładowym/ogólnej liczbie głosów
Larq Growth Fund I FIZ	718 281	35.78%
Michał Sadowski	248 028	12.36%
Piotr Wierzejewski	248 028	12.36%
Venture Inc S.A.	191 682	9.55%
Pozostali	601 283	29.95%
RAZEM	2 007 302	100.00%

Akcje w obrocie na NewConnect

W obrocie notowanych jest 1.999.540 akcji **Spółki**. Akcje te są notowane pod **nazwą skróconą „BRAND24”** i z oznaczeniem „B24”.

Poza obrotem znajduje się 7.762 akcji wyemitowanych w listopadzie 2018 roku w ramach **kapitału warunkowego**.



5. Akcje i akcjonariat

Program motywacyjny

W **Spółce** realizowany jest obecnie jeden program motywacyjny **obejmujący** okres 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. Liczba uprawnionych nie przekroczy 149 **osób**.

Program Motywacyjny 2018-2020 realizowany **będzie** w trzech okresach rozliczeniowych (2018, 2019 oraz 2020).

Spółka zrealizowała cele postawione na rok 2018. Rezultaty **zostały** przedstawione w tabeli **poniżej**. Skonsolidowane przychody oraz wynik netto Grupy, na potrzeby ustalenia poziomu realizacji **celów** programu motywacyjnego, **zostały** przedstawione **według wyników przekształconych**, opisanych **wcześniej** w sprawozdaniu z **działalności**. Dane te oparte są o **ustawę o rachunkowości** i nie **pochoǳą** ze skonsolidowanego sprawozdania finansowego, **które zostało** przygotowane w oparciu o MSSF. Cele programu motywacyjnego ustalone **zostały** w regulaminie zgodnie z **wcześniej obowiązującymi** zasadami **rachunkowości**, zgodnymi z **ustawą o rachunkowości**.

Realizacja celów Programu Motywacyjnego za rok 2018	Realizacja	Cel
Liczba klientów Grupy na koniec danego okresu	3 096	2 935
Skonsolidowane przychody Grupy za dany okres (tys. PLN)	12 001	10 765
Skonsolidowany wynik netto Grupy (tys. PLN)	(1 002)	(1 085)

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 **Grupę określonych wskaźników określonych** odmiennie w odniesieniu do **każdego z lat 2018-2020** (dane przedstawione **według** Polskich **Standardów Rachunkowych**):

	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 B o kwotę nie **wyższą niż** 10 214.30 PLN, 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 roku, zgodnie ze **szczegółowymi** warunkami Programu Motywacyjnego.

Zarząd

W 2018 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 16 lat doświadczenia w branży informatycznej, z czego 11 lat na stanowiskach zarządczych.

Rada Nadzorcza

W 2018 roku w skład Rady Nadzorczej Spółki wchodziły następujące osoby:

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

Do dnia sporządzenia niniejszego sprawozdania nie miały miejsca zmiany w składzie Rady Nadzorczej Spółki.

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

Sprawozdania finansowe (jednostkowe oraz skonsolidowane) Brand 24 za 2018 rok zostało sporządzone zgodnie z przepisami MSR/MSSF, a **szczegółowe** zasady **sporządzenia** tego sprawozdania zostały zamieszczone **bezpośrednio** w tych sprawozdaniach finansowych.

Zgodnie z art. 55 ust. 2a Ustawy o **rachunkowości** niniejsze Sprawozdania z **działalności** zawiera ujawnienia dla Grupy **Kapitałowej** Brand 24 oraz dla Jednostki **Dominującej** i tym samym Emitent nie **sporządzał odrębnego** sprawozdania z **działalności** Grupy **Kapitałowej**.

Zagadnienia **dotyczące środowiska** naturalnego

W 2018 roku nie poniesiono **nakładów** na **ochronę środowiska**.

Informacja o zatrudnieniu

Przeciętne zatrudnienie w roku 2018 roku wynosiło:

- 9,09 etatu w Brand24 S.A.;
- 9,09 etatu w Grupie **Kapitałowej** Brand 24.

Jednocześnie z uwagi na **specyfikę** prowadzonej **działalności** Emitent **współpracuje** dodatkowo z szerokim gronem **osób** w oparciu o umowy cywilnoprawne. **Mając powyższe** na uwadze w 2018 roku Emitent **współpracował** z ok. 68 osobami **świadczącymi** na jego rzecz **usługi**, **głównie** w zakresie wsparcia informatycznego. **Spółka Zależna** w 2018 roku nie **współpracowała** z **żadnymi** osobami.

Autoryzowany Doradca

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

W 2018 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 2018 roku **wyniosło** 142 tys. zł.

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

W roku 2018 i do dnia **sporządzenia** niniejszego sprawozdania przeciwko **Spółce** nie **toczyły się** **żadne postępowania** przed jakimkolwiek **sądem** ani **też** organem administracji publicznej.

Osiągnięcia w dziedzinie **badania** 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 2018 roku Emitent **kontynuował** prace nad usprawnieniem i rozwojem **narzędzia** informatycznego **będącego podstawą świadczenie** przez **Spółkę usług** swoim klientom. Na **dzień 31 grudnia 2018 r.** kwota **niezakończonych** prac rozwojowych **wyniosła** 771 tys. zł. **Nakłady** na te prace **stanowią głównie usługi** informatyczne. Koszty **trwających** prac rozwojowych są prezentowane w pozycji „**Wartości niematerialne**” w aktywach **Spółki**.

Wyróżnienia i nagrody

Brand 24 jest wielokrotnie nagradzonym **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 firmy audytorskiej

Oświadczenie Zarządu w sprawie rzetelności sprawozdań

Oświadczamy, że wedle naszej najlepszej wiedzy, roczne sprawozdania finansowe (odpowiednio jednostkowe oraz skonsolidowane) 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 oraz jego Grupy Kapitałowej, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyk.

Michał Sadowski
Prezes Zarządu

Oświadczenie Zarządu w sprawie firmy audytorskiej

Oświadczamy, że wybór firmy audytorskiej przeprowadzającej badanie rocznych sprawozdań finansowych (odpowiednio jednostkowego oraz skonsolidowanego) został dokonany zgodnie z przepisami, w tym dotyczącymi wyboru i procedury wyboru firmy audytorskiej. Firma audytorska oraz członkowie zespołu wykonującego badania spełniali warunki do sporządzenia bezstronnego i niezależnego sprawozdania z badania rocznych sprawozdań finansowych zgodnie z obowiązującymi przepisami, standardami wykonywania zawodu i zasadami etyki zawodowej.

Piotr Wierzejewski
Członek Zarządu

Data sporządzenia i zatwierdzenia do publikacji Sprawozdania Zarządu: 21 marca 2019 r.

Data publikacji Sprawozdania Zarządu: 21 marca 2019 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