

**BRAND24**

**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI  
BRAND 24 S.A.  
ORAZ  
GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24  
W 2020 ROKU**

DATA PUBLIKACJI – 22 MARCA 2021 ROKU  
WROCŁAW

# PODSUMOWANIE

BRAND 24

**3 470**

liczba aktywnych klientów  
na koniec roku

**1.1 mln**

miesięcznych powtarzalnych przychodów  
(MRR)

**13.4 mln**

Skonsolidowane przychody  
za rok 2020

**65%**

przychodów od klientów zagranicznych  
(Grudzień 2020)

**1.5 mln zł**

skonsolidowana EBITDA  
(za rok 2020)

**123**

krajów, w których mamy klientów

# SPIS TREŚCI

1	LIST PREZESA ZARZĄDU	
2	WYBRANE DANE FINANSOWE	str. 6-8
3	DZIAŁALNOŚĆ BRAND 24	str. 9-19
	Informacja nt. Grupy Kapitałowej Brand 24	
	Działalność Grupy Kapitałowej	
	Informacja nt. Spółki Zależnej	
	Obszar operacyjny	
	Model biznesowy – oferta produktowa	
	Odbiorcy usług	
	Najważniejsze wydarzenia w 2020 roku oraz do dnia sporządzenia sprawozdania	
	Rozwój oferty produktowej	
	Obszar finansowy	
	Umowy finansowe	
	Emisje papierów wartościowych	
	Inwestycje	
4	SYTUACJA FINANSOWA	str. 20-28
	Omówienie danych operacyjnych	
	Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa	
	Prognozy wyników finansowych	
5	PERSPEKTYWY ROZWOJU ORAZ RYZYKA I ZAGROŻENIA	str. 29-35
	Strategia Brand 24	
	Perspektywy i czynniki rozwoju Grupy Kapitałowej	
	Ryzyko prowadzonej działalności	
	Ryzyko operacyjne	
	Ryzyko finansowe	
6	OŚWIADCZENIE W SPRAWIE ŁADU KORPORACYJNEGO	str. 36-44
	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	
7	POZOSTAŁE INFORMACJE	str. 45-46
	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	
8	OŚWIADCZENIA ZARZĄDU	str. 47-48
	Oświadczenie Zarządu w sprawie rzetelności sprawozdań	
	Oświadczenie Zarządu w sprawie firmy audytorskiej	

# LIST PREZESA ZARZĄDU

Drodzy Klienci i Akcjonariusze,

Rok 2020 otworzył nowy etap w prawie 10-letniej historii Brand24. Spółka rozpoczęła transformację z biznesu jednego produktu w grupę wielu produktów kierowanych głównie do specjalistów PR i marketingu. Z końcem 2020 przeprowadziliśmy pilotażowe wdrożenia pierwszego z nowych produktów - Custom Reports. Raportów premium oferowanych klientom, którzy nie mają czasu na korzystanie z narzędzia, a chcieliby cieszyć się wartością jaka płynie z oferowanych przez nas danych. Nowy produkt Custom Reports pozyskał pierwszych klientów jeszcze przed oficjalnym startem. W tym popularną markę produkującą samochody z napędem elektrycznym. Warto podkreślić, że przewidywany średni przychód per klient w tym nowym produkcie będzie kilkunastokrotnie wyższy niż w samym narzędziu Brand24. Na początku Q2 2021 startujemy z kampania cross-sellingową Custom Reports do istniejących i byłych klientów Brand24. Równolegle pracujemy nad dwoma kolejnymi, komplementarnymi (w stosunku do B24) produktami Grupy. Rozważamy tu także projekty oparte na silniku Brand24, kierowane do innych branż. Projekty są na razie na etapie proof of concept i będziemy szerzej informować o ich postępie przy okazji kolejnych raportów.

Start nowych produktów nie oznacza jednak marginalizacji samego narzędzia Brand24. To był, jest i będzie nasz "koń pociągowy", który buduje mocne fundamenty i strumień klientów. Na poziomie narzędzia rozpoczęliśmy transformację z aplikacji oferującej dane w oferującą wnioski. Wystartowaliśmy m.in. z rewolucyjną metryką Presence Score, która pomaga w porównywaniu świadomości poszczególnych marek w Sieci. Jest pierwszą z jakościowych metryk, które pomagają w interpretacji danych pokazywanych przez Brand24. W 2020 wystartowaliśmy również z szeregiem nowych funkcji, takich jak integracja pozwalająca na monitoring wybranych źródeł na Facebooku oraz Instagramie, pomiar ekwiwalentu reklamowego (AVE), nowym pomiarem zasięgu, czy pierwszym na świecie monitoringiem marki w newsletterach email. Dzieje się dużo, a będzie działało jeszcze więcej.

2020 był także rokiem odbicia, po trudnej końcówce 2019 i początku 2020. Wymagający początek roku widać w niższych przychodach za 2020 r. (13,4 mln zł). Mam świadomość, że taki wynik interpretowany bez kontekstu, może rozczarować. Warto pamiętać jednak, że w biznesach SaaS takich jak Brand24, zarówno spadki, jak i wzrosty wpływają na wyniki przez kilkanaście najbliższych miesięcy. 2020 był zatem mocniej nawet niż 2019 naznaczony wyzwaniem wspomnianymi wyżej...

## LIST PREZESA ZARZĄDU

...warto jednak podkreślić, że w 2020 nie tylko wróciliśmy do stałych wzrostów, ale po odbiciu notujemy rekordowe wzrosty. Listopad 2020 to sprzedażowo najlepszy miesiąc w historii naszej firmy. Wraz z bardzo dobrym październikiem pozwoliło nam to osiągnąć jeden z najlepszych kwartalnych wzrostów w historii firmy. W ostatnim roku znacznie ograniczyliśmy koszty stałe, co zaowocowało tym, że staliśmy się spółką rentowną.

Szczęśliwie, do tej pory nie obserwujemy negatywnego wpływu globalnej pandemii na wyniki finansowe Grupy. Spółka stała się Remote First wzorem takich firm jak Slack, Twitter, czy Adobe. Historyczna struktura Brand24, czyli biura rozrzucone po całej Polsce, przygotowały nas do pracy zdalnej, która nie jest dla nas niczym nowym. Transformacja pozwoliła na zoptymalizowanie kosztów, konsekwentne podnoszenie zysków oraz uzyskanie trwałej rentowności.

Jesteśmy zmotywowani, żeby w nieodległej przyszłości udowodnić wartość Brand24 jako produktu, jak i samej Spółki. Mamy pomysł na rozwój i sprzedaż nowych produktów do istniejącej, szerokiej bazy klientów naszego rozwiązania. Wiemy, jak zachować dynamiczny rozwój sprzedaży i produktów, przy jednoczesnym generowaniu zysków, które pozwolą przenieść Brand24 na nowy poziom.

Będzie się działo.

Z poważaniem

Michał Sadowski

Prezes Zarządu Brand 24 S.A.



Michał  
Sadowski  
Prezes Zarządu



W Y B R A N E

**DANE FINANSOWE**

## 2. WYBRANE SKONSOLIDOWANE DANE FINANSOWE GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

Sprawozdanie Zarządu z działalności GK Brand 24 za 2020 rok **BRAND24**

Pozycja	w tys. PLN		w tys. EUR	
	2020	2019	2020	2019
Przychody ze sprzedaży	13 372	15 652	2 989	3 638
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	6 714	8 595	1 501	1 998
EBITDA	1 475	1 552	330	361
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	(1 026)	(880)	(229)	(205)
Zysk (strata) netto	(1 349)	(997)	(301)	(232)
	<b>31.12.2020</b>	<b>31.12.2019</b>	<b>31.12.2020</b>	<b>31.12.2019</b>
Aktywa razem	10 186	11 226	2 207	2 636
Aktywa obrotowe	1 824	1 726	395	405
Kapitał własny	3 814	1 699	826	399
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	6 372	9 527	1 381	2 237
Zobowiązania długoterminowe	2 023	3 557	438	835

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 2020 roku 1 EUR = 4,6148 PLN
- ▶ kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2019 roku 1 EUR = 4,2585 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 2020 roku 1 EUR = 4,4742 PLN
- ▶ w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2019 roku 1 EUR = 4,3018 PLN

Pozycja	w tys. PLN		w tys. EUR	
	2020	2019	2020	2019
Przychody ze sprzedaży	12 884	15 179	2 880	3 529
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	6 526	8 122	1 459	1 888
EBITDA	1 487	1 535	332	357
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	(1 014)	(897)	(227)	(209)
Zysk (strata) netto	(1 336)	(1 032)	(298)	(240)
	<b>31.12.2020</b>	<b>31.12.2019</b>	<b>31.12.2020</b>	<b>31.12.2019</b>
Aktywa razem	10 068	11 289	2 182	2 651
Aktywa obrotowe	1 770	1 793	383	421
Kapitał własny	3 904	1 780	846	418
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	6 164	9 509	1 336	2 233
Zobowiązania długoterminowe	2 023	3 557	438	835

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 2020 roku 1 EUR = 4,6148 PLN
- ▶ kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2019 roku 1 EUR = 4,2585 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 2020 roku 1 EUR = 4,4742 PLN
- ▶ w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2019 roku 1 EUR = 4,3018 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 2020 roku oraz do dnia sporządzenia sprawozdania
- ▶ rozwój oferty produktowej



## OBSZAR FINANSOWY

- ▶ umowy finansowe
- ▶ emisje papierów wartościowych
- ▶ inwestycje

### 3. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

SKŁAD GRUPY / MODEL BIZNESOWY / OFERTA PRODUKTOWA

Sprawozdanie Zarządu z działalności GK Brand 24 za 2020 rok **BRAND24**

#### **Brand24 jako Spółka**

Spółka Brand 24 S.A. tworzy grupę kapitałową (Grupa Brand 24), w skład której wchodzi ona jako podmiot dominujący oraz spółka zależna Brand24 Global Inc. z siedzibą w Daytona Beach (USA), w której Brand 24 S.A. posiada 100% kapitału/głosów.

#### **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 jego działalności jest sprzedaż dostępu do oprogramowania internetowego umożliwiającego monitoring treści w sieci.

Grupa Brand 24 posiada 3 biura w Polsce zlokalizowane we Wrocławiu, Warszawie i Gdańsku.

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 2020 jest sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości, Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej oraz interpretacjami wydanymi przez Radę Międzynarodowych Standardów Rachunkowości zatwierdzonymi przez Unię Europejską. Od sprawozdania za rok 2018, Spółka przygotowuje sprawozdania zgodnie z MSSF.

### 3. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

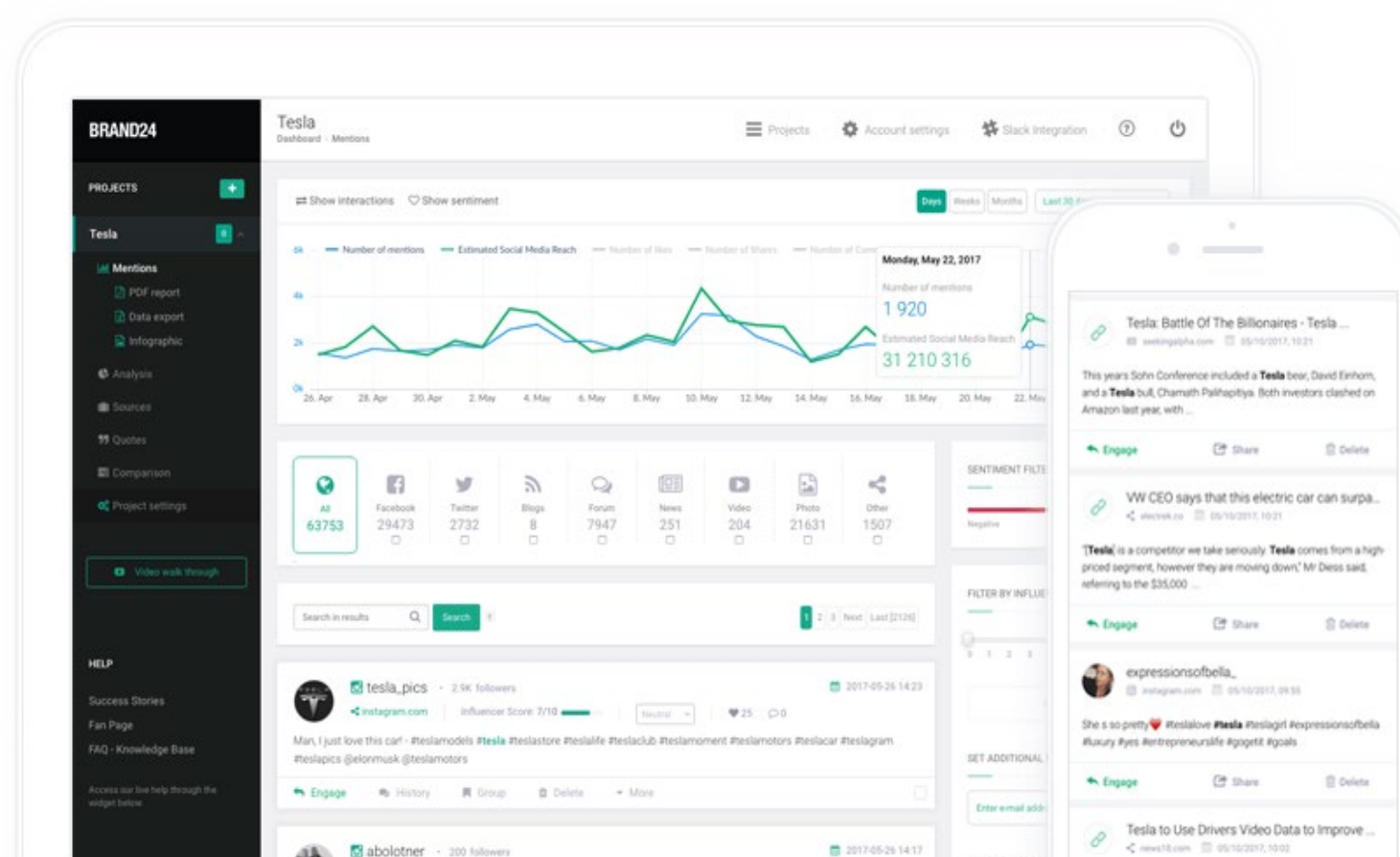
SKŁAD GRUPY / MODEL BIZNESOWY / OFERTA PRODUKTOWA

Sprawozdanie Zarządu z działalności GK Brand 24 za 2020 rok **BRAND24**

#### Rozwiązanie Brand24

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.

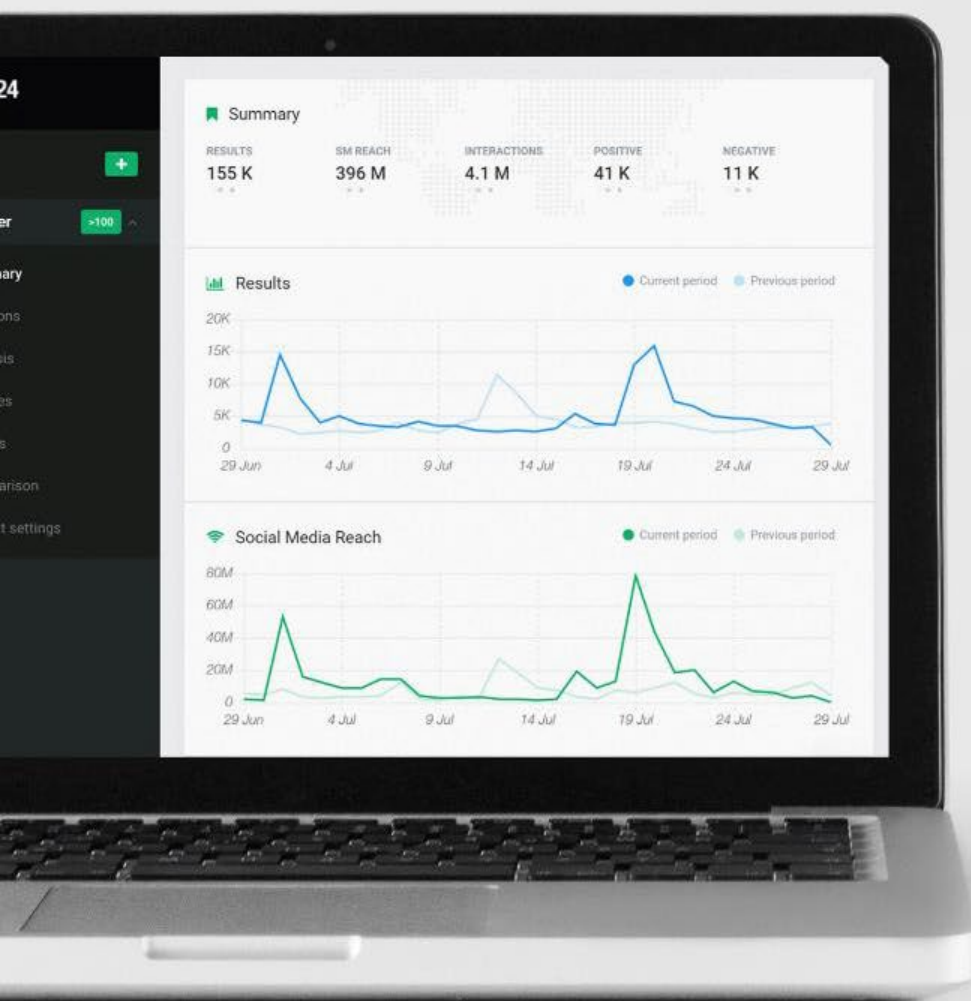
Funkcjonalności dostępne w Brand24 wspierają zarządzanie marką w Internecie poprzez:

- ▶ 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.

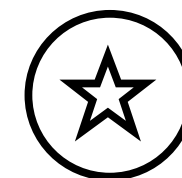
Emitent posiada ugruntowaną pozycję na krajowym rynku monitoringu Internetu, a także rozwija ją na arenie międzynarodowej. Potwierdzeniem wysokiej jakości narzędzia Brand24 są liczne bardzo dobre recenzje użytkowników i opinie ekspertów.

### 3. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

SKŁAD GRUPY / MODEL BIZNESOWY / OFERTA PRODUKTOWA



Sprawozdanie Zarządu z działalności GK Brand 24 za 2020 rok **BRAND24**



#### OCHRONA REPUTACJI

Znajdywanie i reagowanie na kluczowe wzmianki. Śledzenie i ocena działań PR. Raportowanie informacji prasowych.



#### OCENA MARKETINGU

Udostępnienie metryk, służących do oceny efektywności działań marketingowych i porównania ich do konkurencji oraz standardów rynkowych.



#### ZROZUMIENIE KLIENTÓW

Zbieranie informacji zwrotnej od konsumentów publikujących opinie w Internecie. Zdobywanie wiedzy, którą można wykorzystać w poprawie komunikacji lub produktu.

### 3. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

OBSZAR OPERACYJNY

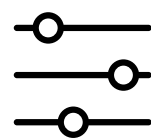
Sprawozdanie Zarządu z działalności GK Brand 24 za 2020 rok **BRAND24**

#### Technologia

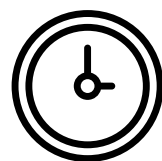
Technologia wykorzystywana przez Grupę została stworzona wewnątrz przez zespół założycieli i pracowników Spółki. Technologia ta jest cały czas rozwijana a jej cechami charakterystycznymi są:

- ▶ 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.

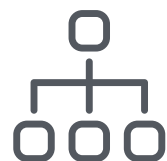
Oprogramowanie dostarczane jest w formacie SaaS (ang. Software as a Service) w chmurze publicznej w kilku wariantach abonamentowych w wersjach dedykowanych rynkowi polskiemu oraz wersji globalnej.



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.

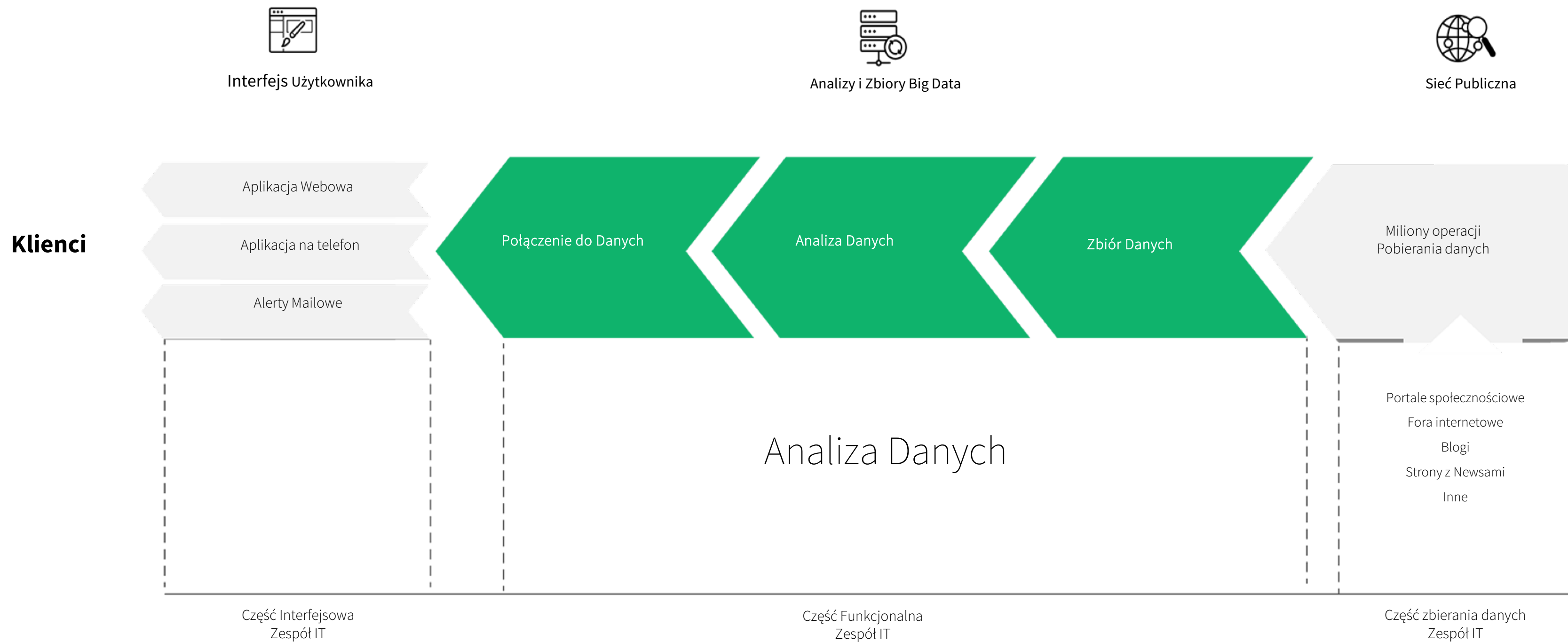
Sprzedaż produktu w formie SaaS polega na zdalnym udostępnianiu oprogramowania przez Internet. W ramach SaaS świadczone są m.in. usługi wspomagające zarządzanie przedsiębiorstwem oraz sprzedaż produktów i usług przez nie oferowanych. Przychody spółek z branży SaaS generowane są głównie poprzez pobieranie 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.

### 3. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

OBSZAR OPERACYJNY

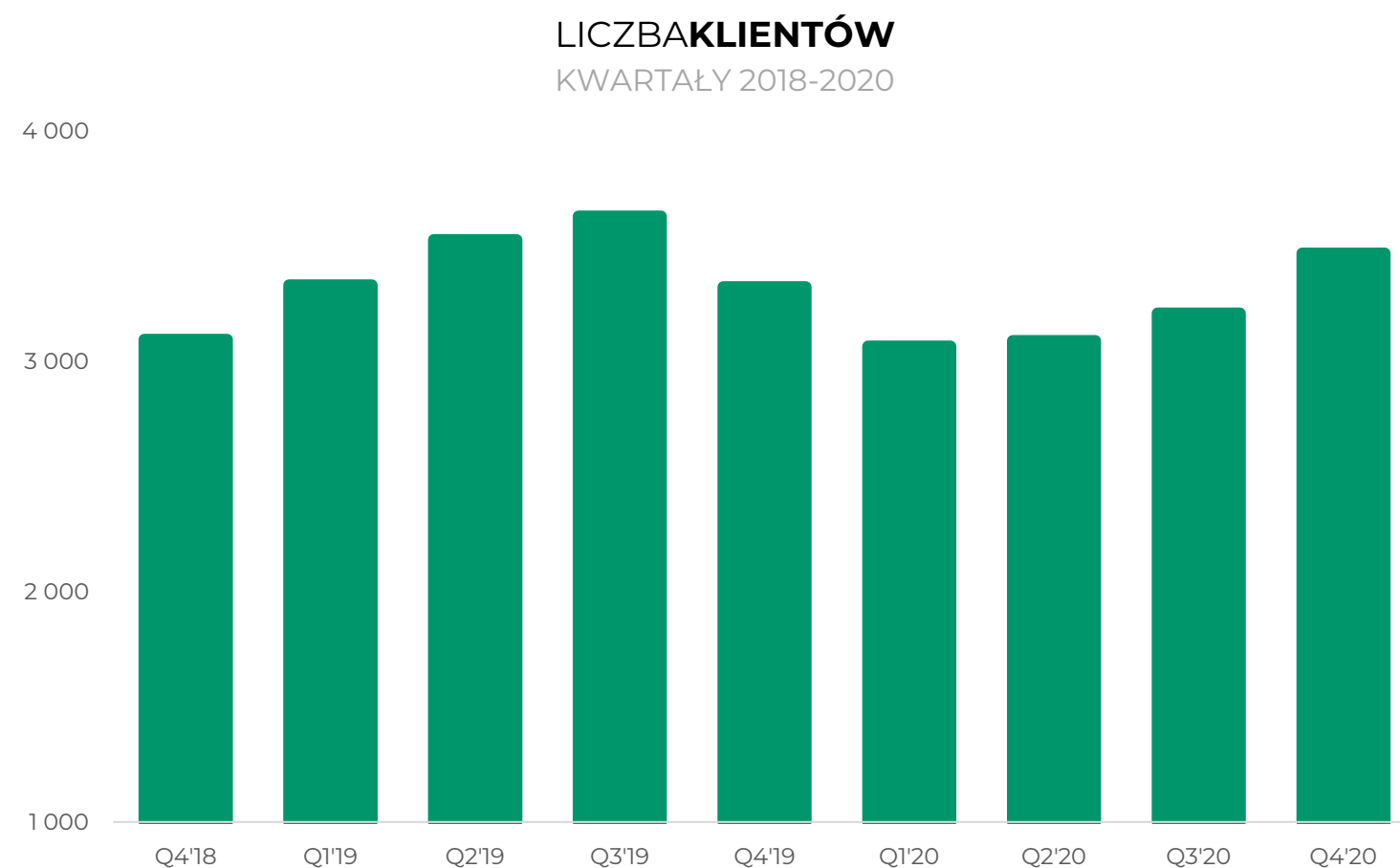


### 3. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

#### ODBIORCY USŁUG

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

Poniżej zaprezentowano informację nt. liczby klientów korzystających z rozwiązania Brand24 wyrażonej przez liczbę aktywnych kont na koniec poszczególnych kwartałów w latach 2018-2020.

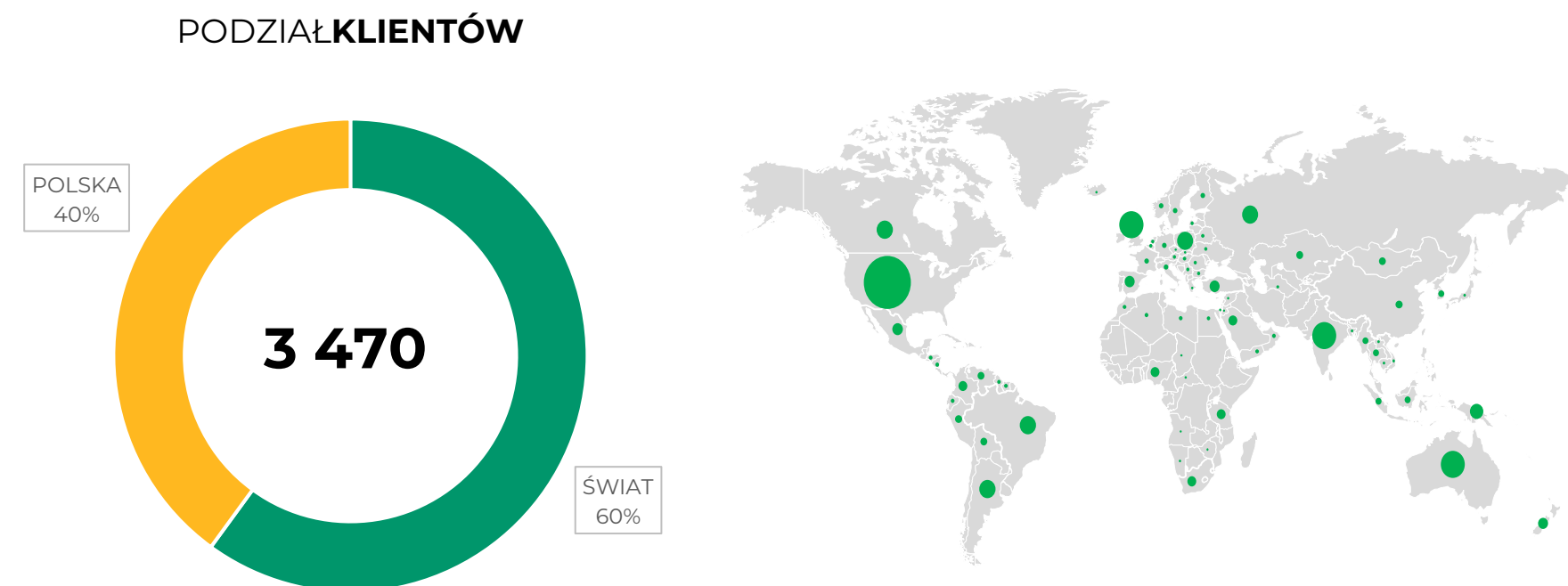


Większość klientów Grupy Brand 24 wykorzystuje oprogramowanie na potrzeby własne. W pozostałym zakresie klienci korzystający z rozwiązania Brand24 to agencje (interaktywne, SEM/SEO, PR, domy mediowe), wykorzystujące oprogramowanie przy projektach wykonywanych na rzecz podmiotów trzecich.

Grupa Brand 24 monitoruje dziesiątki tysięcy słów kluczowych dla klientów pochodzących z ponad 120 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, 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 Grupy Brand 24 według stanu na koniec 2020 roku.



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

### 3. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

NAJWAŻNIEJSZE WYDARZENIA W 2020 ORAZ DO DNIA SPORZĄDZENIA SPRAWOZDANIA

Sprawozdanie Zarządu z działalności GK Brand 24 za 2020 rok **BRAND24**

#### Zdarzenia operacyjne

Poniżej przedstawiono najważniejsze wydarzenia o charakterze operacyjnym jakie miały miejsce w 2020 roku :

- ▶ **Uruchomienie jednego z pierwszych na świecie rozwiązań Monitoringu Podcastów.**
- ▶ **Wdrożenie mechanizmu tworzenia wielu wersji formularza rejestracji w oparciu o ścieżkę użytkownika.**
- ▶ **Podpisanie porozumienia z Facebook Inc.**  
na mocy którego Facebook przywrócił Spółce dostęp do profili w serwisach Facebook.com oraz Instagram.com. Przywrócone zostały również dostęp do konta reklamowego i ogólny dostęp do API.
- ▶ **Monitoring Newsletterów**  
Pierwszy na Świecie monitoring marki w treściach popularnych newsletterów. Unikalna nowość, której nie oferują konkurencyjne narzędzia monitoringu mediów.
- ▶ **Non social media reach**  
Przełom w pomiarze zasięgu dotarcia dyskusji na temat wybranej marki. Do tej pory narzędzia monitoringu mediów mierzyły zasięgi social media (zasięgi dla treści na platformach takich jak Instagram lub Twitter). Od dziś mierzymy także zasięgi dyskusji poza mediami społecznościowymi, co pozwala znacznie skuteczniej mierzyć efekty PR/marketingu, oraz błyskawicznie wyłapywać potencjalne kryzysy wizerunku.
- ▶ **Start Nowego Systemu Generycznych Crawlerów**  
Uruchomienie nowego, autorskiego mechanizmu samouczących się crawlerów, które podnoszą jakość oraz szczelność oferowanych przez Brand24 danych, jednocześnie zmniejszając uzależnienie Spółki od dostawców danych.
- ▶ **Start nowego cyklu komunikacji z kontami testowymi**  
Uruchomienie nowej, ulepszonej komunikacji z kontami testowymi. Wysyłanie automatycznych wiadomości jeszcze lepiej angażujących testujących Brand24 przy użyciu technologii marketing automation.

#### ▶ **Update interfejsu Brand24**

Nowe elementy interfejsu Brand24 w postaci odświeżonego paska użytkownika oraz bocznego menu. Nowości te to kolejny, istotny krok przebudowy Brand24 na responsywny interfejs.

#### ▶ **Wersja Beta nowych metryk: Reputation Score & Presence Score oraz AVE**

Start testów nowych metryk wśród wybranych kont klientów. Nowe metryki Reputation Score oraz Awareness Score będą głównym elementami rewolucji Brand24. Rewolucji, w której Brand24 będzie oferować nie tylko suche liczby, ale również benchmarki w stosunku do rynku, czy konkurencji.

#### **Inne istotne wydarzenia**

W okresie sprawozdawczym nie miały miejsca inne istotne wydarzenia, które dotyczyłyby Grupy Kapitałowej Brand24.

W dniu 29 kwietnia 2020 roku oraz w dniu 17 listopada 2020 r. odbyły się Nadzwyczajne Walne Zgromadzenia Spółki. Szczegóły spraw poruszanych na tych Walnym Zgromadzeniach opisane są w dalszej części raportu.

W kwartale II 2020 roku spółka pozyskała 2.7 mln PLN z emisji nowych akcji

W okresie sprawozdawczym miała miejsce rezygnacja Pana Macieja Małysza z pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej Spółki ze skutkiem na dzień 22 maja 2020 roku oraz Pani Anny Krawczyńskiej-Nowak, pełniącej funkcję Przewodniczącej Rady Nadzorczej, ze skutkiem na godzinę 8:00 dnia 17 listopada 2020 roku. W dniu 17 listopada 2020 roku Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie powołało ze skutkiem natychmiastowym w skład Rady Nadzorczej Pana Tomasza Łużaka



### 3. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

NAJWAŻNIEJSZE WYDARZENIA W 2020 ORAZ DO DNIA SPORZĄDZENIA SPRAWOZDANIA

Sprawozdanie Zarządu z działalności GK Brand 24 za 2020 rok **BRAND24**

#### **Istotne zdarzenia po zakończeniu okresu sprawozdawczego**

W dniu 17 marca 2021 r. Komisja Nadzoru Finansowego zatwierdziła prospekt sporządzony przez Emitenta w związku z ubieganiem się przez Spółkę o dopuszczenie i wprowadzenie do obrotu na rynku regulowanym prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. wszystkich 2.157.843 akcji Emitenta.

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

#### **Umowy finansowe**

Do dnia 4 listopada 2020 roku Grupa dysponowała jednorocznym kredytem w rachunku bieżącym udzielonym Emitentowi przez Alior Bank S.A. Kredyt został spłacony w całości.

Ponadto na początku kwietnia 2020 roku Emitent zawarł z akcjonariuszami Spółki umowę pożyczki na kwotę 600 tys. zł, z oprocentowaniem w wysokości WIBOR3M + marża 2,5% w skali roku, do dnia 31 maja 2020 roku, w celu sfinansowania uzasadnionych wydatków finansowych Spółki. Pożyczka wraz z odsetkami została spłacona w dacie 31 maja 2020 roku.

Obecnie Grupa dysponuje kredytem w rachunku bieżącym do kwoty 400 tys. PLN udzielonym Brand 24 S.A. przez ING Bank Śląski, termin zakończenia umowy przypada na dzień 4 września 2021 roku.

Dodatkowo Grupa posiada dodatkowe finansowanie w ramach umowy z Uncapped LTD. Spłata jest uzależniona od generowanych przychodów Grupy. Na dzień sporządzenia niniejszego raportu kwota finansowania to 239 tys. EUR.

W 2020 roku spółki z Grupy Kapitałowej Brand 24 nie udzielały pożyczek, poręczeń lub gwarancji.

#### **Emisje papierów wartościowych**

W 2020 roku doszło do podwyższenia kapitału zakładowego o emisję 130.000 akcji serii J oraz miała miejsce emisja 6.055 (sześć tysięcy pięćdziesiąt pięć) akcji serii H, związana z realizacją programu motywacyjnego. Szczegółowe informacje nt. powyższych zdarzeń zostały zamieszczone w dalszej części raportu w sekcji „Akcje i Akcjonariat”.

#### **Inwestycje**

W 2020 roku poniesione zostały nakłady inwestycyjne na prace rozwojowe nad produktem w wysokości 1.7 mln PLN. Grupa stale rozwija swój produkt, tak aby sprostać potrzebom klientów i utrzymać konkurencyjność na rynku.

### 3. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

#### ROZWÓJ OFERTY PRODUKTOWEJ

Główne elementy nowej wersji Brand24, której start planowany jest na H1 2021. Nowa wersja B24, to transformacja z produktu dającego suche dane, w produkt który daje gotowe wnioski.



#### REPUTATION SCORE

Wykorzystująca AI metryka pozwalająca markom ocenić reputację i porównać ją do konkurencji.



#### CUSTOM DASHBOARD

Wiele widoków panelu Brand24 dostosowanych do różnych typów użytkowników.



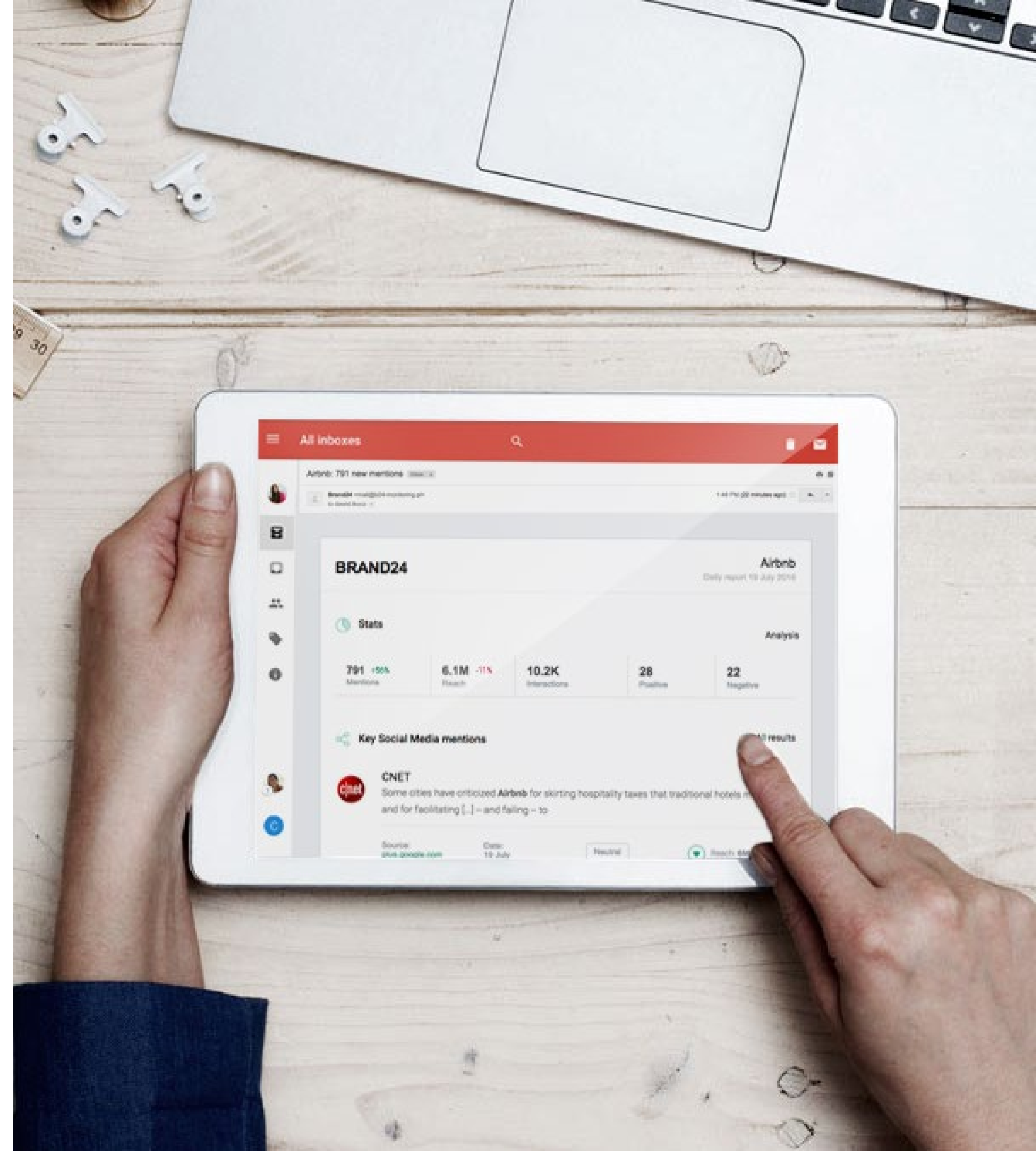
#### AVE METRIC

Nowa metryka wspierająca proces oceny działań PR. Podpowiadająca ekwiwalent reklamowy.



#### RESPONSIVE WEBAPP

41% naszych użytkowników odwiedza stronę na mobile. Oferując responsywny panel podniesiemy konwersję na sprzedaż.



W I Z J A

# PLANY PRODUKTOWE

Najważniejsze projekty na roadmapie produktowej na najbliższe miesiące

- ▶ Nowa metryka Presence Score
- ▶ Oficjalny start nowego produktu Custom Reports
- ▶ Wersja beta metryki Reputation Score

Q4 2020

Q2 2021

Q1 2021

- ▶ Pierwszy klient w nowym produkcie Custom Reports
- ▶ Premiera metryki AVE
- ▶ Elementy nowego interfejsu Brand24

- ▶ Nowa, responsywna zakładka Wzmianki
- ▶ Nowa metryka Reputation Score

# SYTUACJA FINANSOWA



OMÓWIENIE DANYCH OPERACYJNYCH



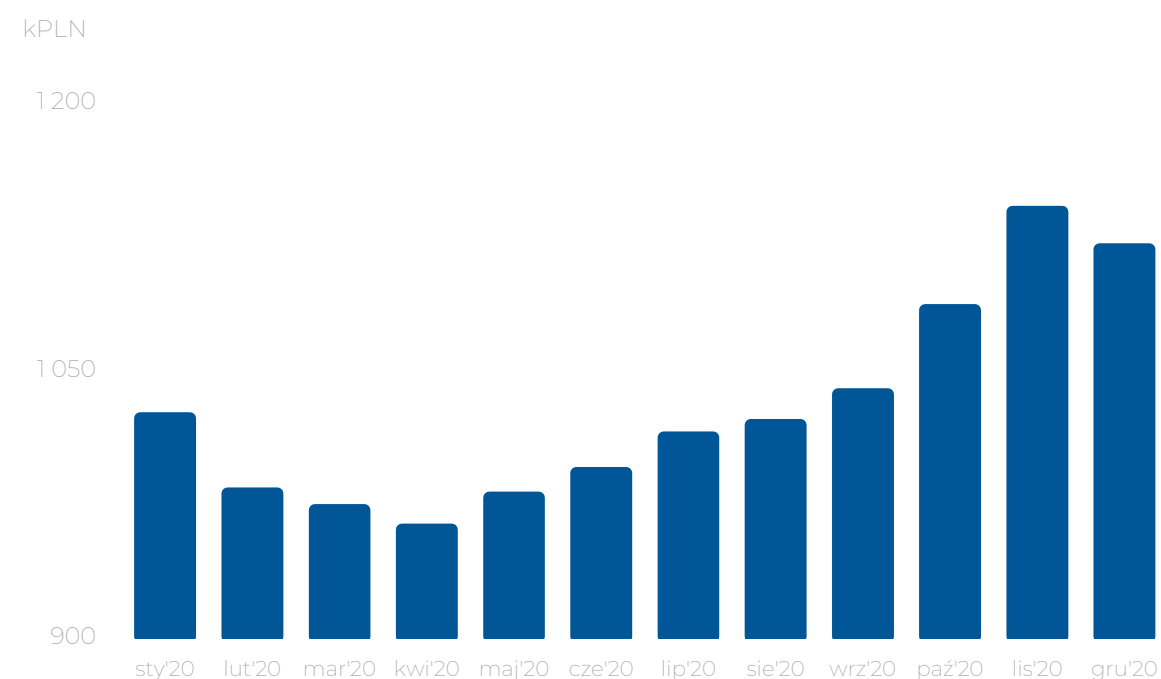
WYNIKI FINANSOWE ORAZ SYTUACJA MAJĄTKOWA



PROGNOZY WYNIKÓW FINANSOWYCH

K L U C Z O W E W S K A Ź N I K I

# MRR



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

W 2020 roku, od maja Grupa sukcesywnie zwiększała MRR. W samym IV kwartale wskaźnik ten wzrósł o 8%, poprawiając wszystkie kluczowe wskaźniki operacyjne wpływające na wzrost MRR – pozyskiwanie przychodów z nowych klientów, utrata przychodów odchodzących klientów i w efekcie średni przychód z klienta.

W kwartale IV 2020 roku, jak w każdym ostatnim kwartale roku, w Listopadzie i Grudniu widoczny jest efekt promocji Black Friday. Listopad zawsze charakteryzuje się wysoką sprzedażą nowych, promocyjnych abonamentów. W grudniu zaś widoczne jest wysycenie bazy aktywnych kont testowych, co wpływa na niższą sprzedaż w tym miesiącu.

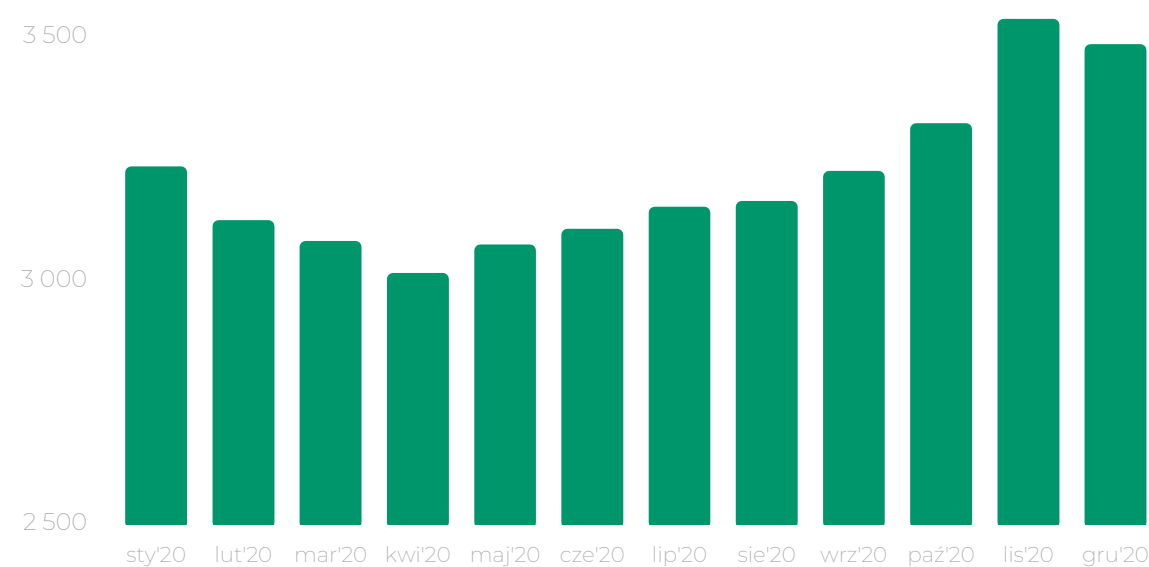
Poza wskaźnikami operacyjnymi, wpływ finansowy na MRR ma również kurs dolara amerykańskiego, który jest ostatecznie raportowany w przychodach spółki. Spółka planuje wdrożenie narzędzi pozwalających na zmniejszenie jego wpływu na wyniki finansowe.

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

Na koniec 2020 roku operacyjny MRR wynosił 1.110 tys. PLN.

K L U C Z O W E   W S K A Ź N I K I

## LICZBA KLIENTÓW



Na koniec 2020 roku Grupa posiadała 3470 aktywnych użytkowników swojego autorskiego narzędzia, co oznacza, że liczba klientów netto wzrosła w ciągu IV kwartału o 290 (8%).

W kwartale IV 2020 roku, jak w każdym ostatnim kwartale roku, w Listopadzie i Grudniu widoczny jest efekt promocji Black Friday. Listopad zawsze charakteryzuje się wysoką sprzedażą nowych, promocyjnych abonamentów. W grudniu zaś widoczne jest wysycenie bazy aktywnych kont testowych, co wpływa na niższą sprzedaż w tym miesiącu i w efekcie na mniejszą liczbę klientów.

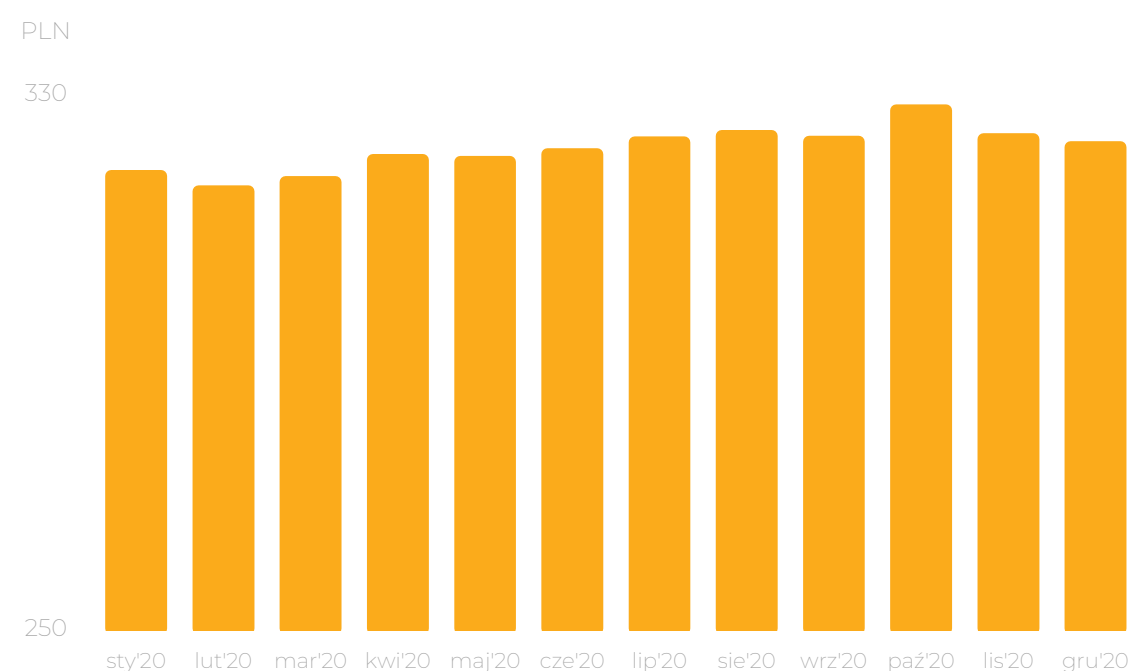
W ciągu 2020 roku Grupa poprawiała wszystkie kluczowe wskaźniki operacyjne wpływające na wzrost liczby klientów – pozyskiwanie nowych użytkowników, wskaźnik odejść klientów, konwersje z kont testowych.

Grupa obecnie skupia się przede wszystkim na sprzedaży globalnej, na rynkach całego świata. Wśród klientów Grupy są firmy z ponad 120 państw.

Jednocześnie Grupa wskazuje, że na liczbę klientów w najbliższych kwartałach oczekiwany wpływ będą miały w szczególności następujące czynniki:

- ▶ atrakcyjność wdrażanych nowości produktowych oraz
- ▶ możliwy, aczkolwiek nieznan na moment sporządzenia niniejszego raportu, wpływ epidemii koronawirusa COVID-19 na potencjał popytowy dla narzędzi monitoringu.

K L U C Z O W E W S K A Ź N I K I

**ARPU**

Wskaźnik ARPU (average revenue per user) wskazuje średni przychód operacyjny przypadający na użytkownika subskrypcyjnego Brand24.

W kwartale IV 2020 roku, jak w każdym ostatnim kwartale roku, w Listopadzie i Grudniu widoczny jest efekt promocji Black Friday. Listopad zawsze charakteryzuje się wysoką sprzedażą nowych, promocyjnych abonamentów o obniżonym ARPU. W efekcie średnie ARPU całego portfolio jest niższe niż w październiku. Efekt ten widoczny jest przez okres promocyjny, po czym klienci przechodzą na normalne ceny amonamentów.

Średni wskaźnik ARPU w ciągu 2020 roku utrzymywał się na podobnym poziomie. W porównaniu do 2019 roku ARPU spadło. Było to spowodowane niższym ARPU na nowych klientach uzyskiwanym w IV kwartale 2019 roku i I kwartale 2020 roku, co przełożyło się na średnie ARPU całego portfolio. Od II kwartału 2020 roku ARPU uzyskiwane na nowych klientach systematycznie rośnie.

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 spółki (przy założeniu stabilnego kursu dolara).

Na poziom wskaźnika ARPU wpływ ma wiele zmiennych, w tym:

- ▶ geograficzny podział klientów korzystających z narzędzia Brand 24
- ▶ wybierane przez klientów plany abonamentowe
- ▶ kurs dolara, w którym prowadzony jest cennik wersji brand24.com

**Podsumowanie Q4 2020 (dane z wyłączeniem wpływu wyceny Programu Motywacyjnego)**

Grupa Brand 24 zakończyła IV kwartał 2020 roku ze skonsolidowanymi przychodami na poziomie 3.5 mln PLN. W omawianym okresie liczba użytkowników narzędzia Brand24 oraz MRR (operacyjne przychody z abonamentów) wzrosły o 8% w stosunku do poprzedniego kwartału. Zwiększenie liczby klientów oraz MRR w porównaniu do III kwartału 2020 roku było wynikiem wprowadzonych zmian w produkcie opisanych szczegółowo w niniejszym raporcie. Wpływ również miała promocja Black Friday organizowana co roku na przełomie listopada i grudnia. Na ostateczny wynik przychodów Grupy mają wpływ MRR, pozostałe przychody niesubskrypcyjne oraz kursy walut.

Skonsolidowana EBITDA\* (zg. z MSSF 16) Grupy wyniosła w IV kwartale 0.8 mln PLN. Baza kosztów operacyjnych nie zmieniła się istotnie w porównaniu do poprzedniego kwartału, mimo zwiększonej liczby klientów korzystających z narzędzia Brand24.

W porównaniu do III kwartału 2020 roku wynik z działalności operacyjnej\* poprawił się z 1 tys. PLN do 180 tys. PLN zysku, a zysk netto\* wyniósł 102 tys. PLN w porównaniu do (-)75 tys. PLN straty z III kwartału 2020 roku.

Pozycja	w tys. PLN		
	Q4 2020	Q4 2019	Zmiana
Przychody netto ze sprzedaży	3 511	3 699	(187)
Koszty sprzedanych produktów	1 669	1 926	(257)
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	1 842	1 773	70
Koszty sprzedaży	893	1 561	(667)
Pozostałe koszty ogólnego zarządu	722	827	(105)
Pozostałe przychody operacyjne	61	7	55
Pozostałe koszty operacyjne	108	(11)	119
Zysk (strata) z działalności operacyjnej (bez PM)	180	(598)	778
EBITDA (bez PM)	796	49	747

\*EBITDA (zysk operacyjny przed potrąceniem odsetek, podatków oraz amortyzacji), wynik z działalności operacyjnej oraz wynik netto nie uwzględniają wyceny Programu Motywacyjnego (PM), aby zachować porównywalność do poprzedniego kwartału





Pozycja	w tys. PLN		
	2020	2019	Zmiana
Przychody netto ze sprzedaży	13 372	15 652	(2 280)
Koszty sprzedanych produktów	6 658	7 057	(399)
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	6 714	8 595	(1 881)
Koszty sprzedaży	3 742	5 459	(1 717)
Pozostałe koszty ogólnego zarządu	3 152	3 640	(488)
Pozostałe przychody operacyjne	126	14	111
Pozostałe koszty operacyjne	171	31	140
Zysk (strata) z działalności operacyjnej (bez PM)	(226)	(521)	295
EBITDA (bez PM)	2 275	1 911	365
Koszty wyceny programu motywacyjnego	800	359	441
Zysk (strata) z działalności operacyjnej (z PM)	(1 026)	(880)	(146)
EBITDA (z PM)	1 475	1 552	(77)
Przychody finansowe	0	0	(0)
Koszty finansowe	470	225	245
Zysk (strata) brutto	(1 496)	(1 105)	(391)
Zysk (strata) netto	(1 349)	(997)	(352)

#### Podsumowanie 2020

Grupa w 2020 roku osiągnęła przychody na poziomie 13.4 mln zł. W porównaniu do poprzedniego roku zanotowała spadek przychodów, o 2.3 mln zł (-15%). Spółka na koniec roku 2020 miała więcej klientów niż na koniec roku 2019, jednak w trakcie roku osiągała niższe przychody, ze względu na tymczasowe wstrzymanie monitoringu portali społecznościowych Facebook oraz Instagram. Przełożyło się to też na niższe ARPU. Jednocześnie spółka znacząco obniżyła koszty operacyjne biznesu co pozwoliło na osiągnięcie podobnych wyników operacyjnych.

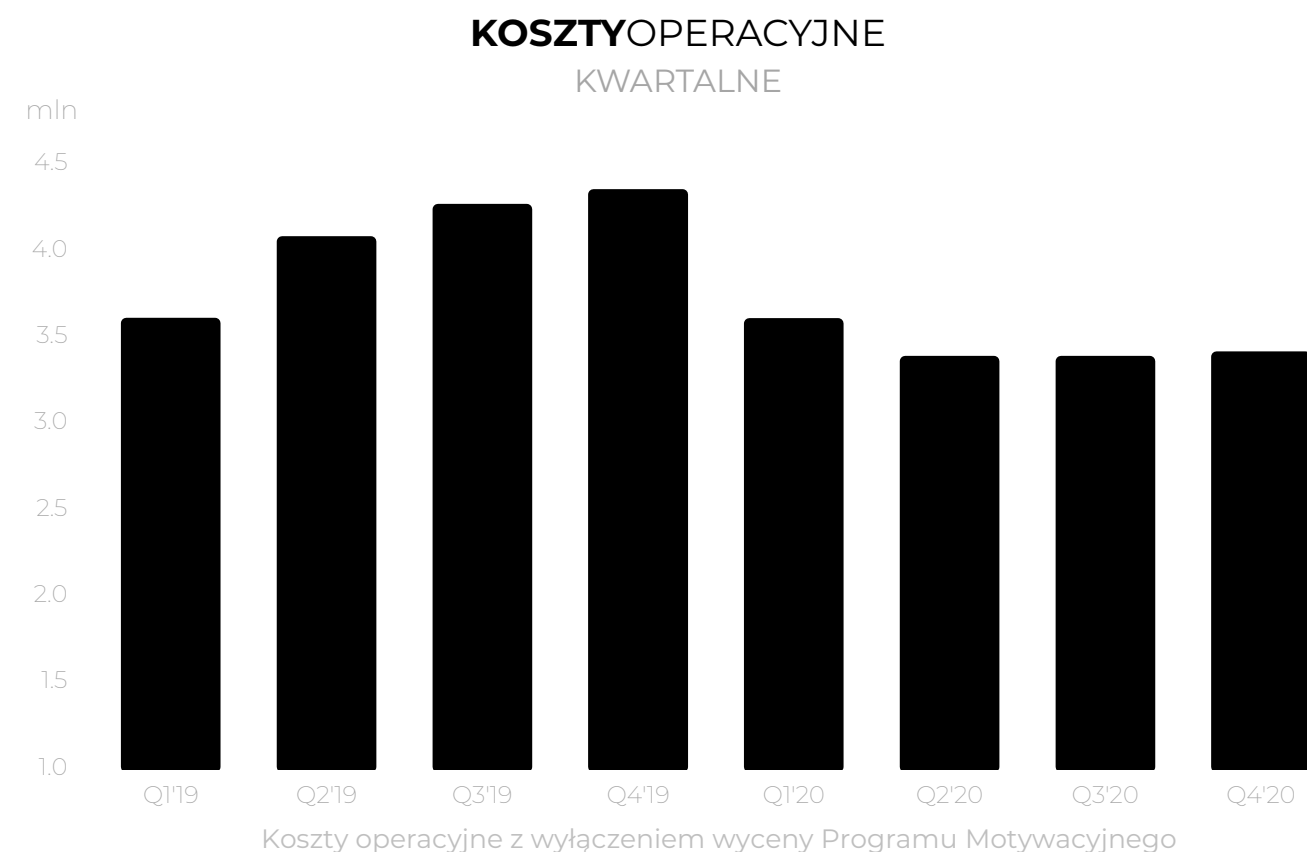
Grupa cały czas inwestuje w rozwój produktu poprzez rozbudowywanie funkcjonalności rozwiązania Brand24, co w perspektywie czasu powinno wpłynąć na dalsze powiększanie bazy klientów.

Mimo niższych przychodów Grupie udało się poprawić wyniki operacyjne dzięki efektywniejszej bazie kosztowej.

Grupa rozpoznaje również w kosztach, zgodnie z MSSF, wycenę programu motywacyjnego, która ma istotny wpływ na wyniki zarówno w roku 2020 jak i 2019.

Bieżąca baza kosztowa Grupy, w szczególności zoptymalizowane koszty sprzedaży i nakłady na marketing, skupione na najefektywniejszych kanałach pozyskiwania ruchu, pozwalają na efektywne generowanie nowych przychodów, przy zachowaniu niższego niż w poprzednich kwartałach kosztu pozyskania klienta.

Wyższe koszty finansowe związane są z obsługą kredytową oraz wyceny z tytułu różnic kursowych.



## 4. PRZEKSZTAŁCENIE WYNIKÓW

Pozycja	w tys. PLN		
	MSR	Korekta	PSR
Przychody netto ze sprzedaży	13 372	-	13 372
Koszty sprzedanych produktów	6 658	(117)	6 775
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	6 714	117	6 597
Koszty sprzedaży	3 742	-	3 742
Pozostałe koszty ogólnego zarządu	3 152	(43)	3 195
Pozostałe przychody operacyjne	126	-	126
Pozostałe koszty operacyjne	171	63	109
Koszty wyceny programu motywacyjnego	800	800	-
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	(1 026)	(703)	(323)
EBITDA	1 475	858	617
Przychody finansowe	0	-	0
Koszty finansowe	470	201	269
Zysk (strata) brutto	(1 496)	(904)	(591)
Zysk (strata) netto	(1 349)	(898)	(450)

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 Programem Motywacyjnym Spółki. Podsumowanie tych zmian zostało przedstawione poniżej.

Pozycja	2020
Wynik netto według MSR	(1 349)
Wycena programu motywacyjnego	800
Klasyfikacja umów leasingowych	35
Ujęcie strat kredytowych	63
Wynik netto według PSR	(450)

#### 4. WYNIKI FINANSOWE ORAZ SYTUACJA MAJĄTKOWA GK BRAND 24

Sprawozdanie Zarządu z działalności GK Brand 24 za 2020 rok **BRAND24**

AKTYWA Pozycja	w tys. PLN		
	31.12.2020	31.12.2019	Zmiana
<b>Aktywa trwałe</b>	8 363	9 500	(1 137)
Rzeczowe aktywa trwałe	100	193	(94)
Aktywa z tytułu prawa do użytkowania	2 727	4 983	(2 256)
Wartości niematerialne	4 449	3 544	905
Należności długoterminowe z tytułu kaucji	82	82	-
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	999	690	309
Pozostałe aktywa trwałe	5	6	(1)
<b>Aktywa obrotowe</b>	1 824	1 726	97
Należności handlowe	563	812	(249)
Należności z tytułu bieżącego podatku dochodowego	-	-	-
Pozostałe należności	171	485	(314)
Rozliczenia międzyokresowe	117	71	46
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	972	358	614
<b>Aktywa razem</b>	<b>10 186</b>	<b>11 226</b>	<b>(1 040)</b>

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.

PASYWA Pozycja	w tys. PLN		
	31.12.2020	31.12.2019	Zmiana
<b>Kapitał własny</b>	3 814	1 699	2 114
Kapitał podstawowy	216	202	14
Kapitał zapasowy	7 831	5 185	2 646
Pozostałe kapitały	4 201	3 401	800
Różnice kursowe z przeliczenia	(6)	(9)	3
Niepodzielony wynik finansowy	(7 080)	(6 083)	(997)
Wynik finansowy bieżącego okresu	(1 349)	(997)	(352)
<b>Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania</b>	6 372	9 527	(3 154)
Zobowiązania z tytułu leasingu	2 841	5 055	(2 215)
Zobowiązania handlowe	820	1 462	(642)
Zobowiązania do wykonania świadczenia	944	971	(27)
Kredyty i pożyczki	1 053	1 397	(343)
Rezerwy i Pozostałe	714	641	73
<b>Pasywa razem</b>	<b>10 186</b>	<b>11 226</b>	<b>(1 040)</b>

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.

Grupa również obniżyła poziom zobowiązań handlowych oraz wykorzystanie kredytów w porównaniu do zeszłego roku.

Zmiany na kapitałach opisane są w dalszej części sprawozdania.

PRZEPIŁYWY PIENIĘŻNE Pozycja	w tys. PLN		
	2020	2019	Zmiana
Przeptywy pieniężne z działalności operacyjnej	2 060	2 524	(464)
Przeptywy pieniężne z działalności inwestycyjnej	(1 749)	(2 213)	463
Przeptywy pieniężne z działalności finansowej	304	(589)	893
<b>Przeptywy pieniężne netto</b>	<b>614</b>	<b>(278)</b>	<b>892</b>
Środki pieniężne na początek okresu	358	636	(278)
Środki pieniężne na koniec okresu	972	358	614

Spółka, tak jak w latach poprzednich, inwestuje środki pieniężne ze sprzedaży produktu w jego rozwój i zasoby dedykowane powiększaniu bazy klientów.

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

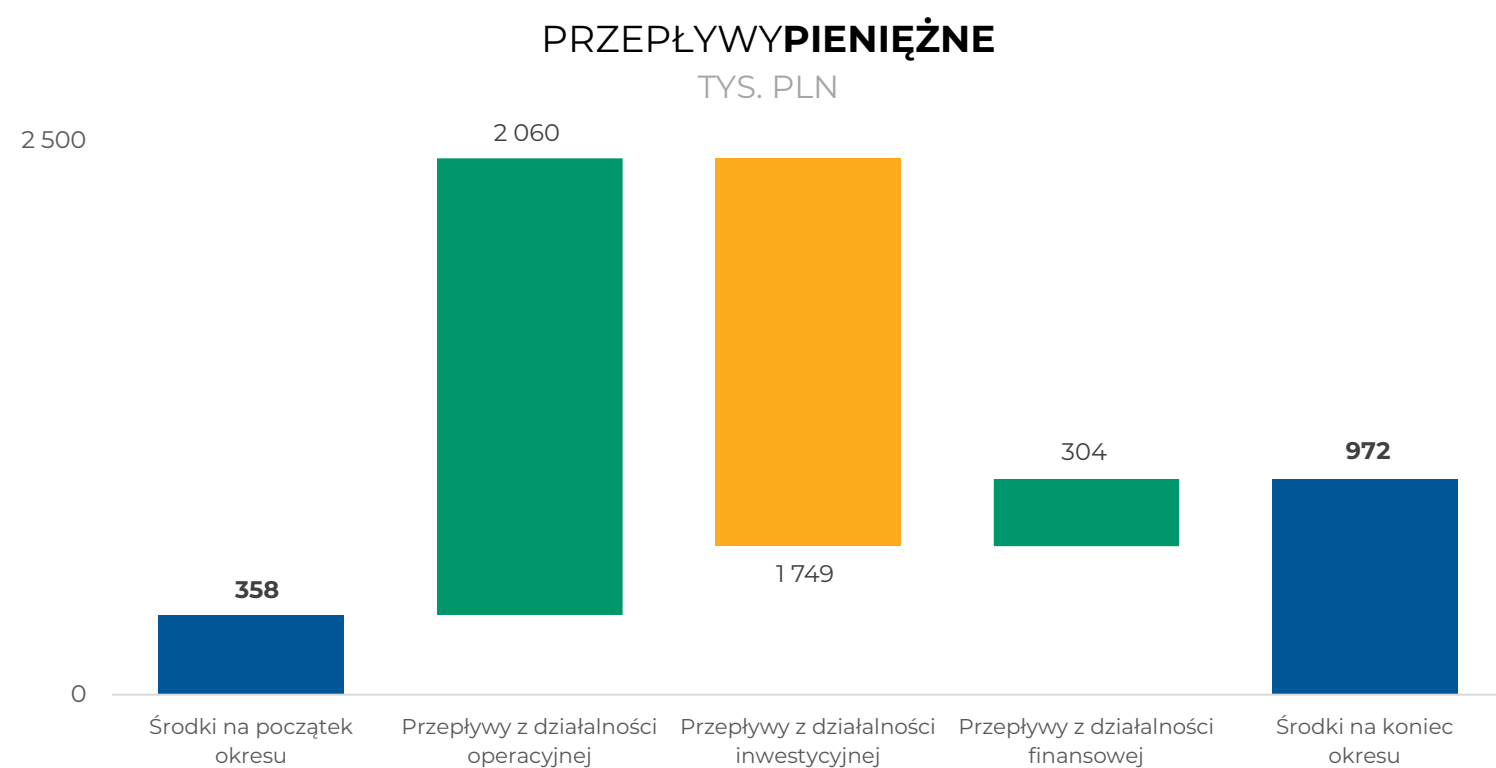
Najistotniejszą pozycją przepływów pieniężnych z działalności finansowej są płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu wynikające z zastosowania MSSF 16 dotyczące umów dzierżawy serwerów i wynajmu powierzchni biurowych. W 2020 na przepływy z działalności finansowej miała również wpływ emisja akcji serii J, opisana w dalszej części sprawozdania.

Mając na względzie bieżący poziom kosztów prowadzenia działalności, zakres udostępnionych produktów finansowych oraz przewidywane przepływy pieniężne z podstawowej działalności operacyjnej w perspektywie kolejnych miesięcy, na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania Emitent nie identyfikuje istotnych zakłóceń w zakresie realizacji wymagalnych zobowiązań. Jednocześnie w celu poprawy struktury i poziomu kapitału obrotowego, wymaganego dla finansowa podstawowej działalności operacyjnej, rozważana jest możliwość pozyskania finansowania zewnętrznego, w tym w szczególności o charakterze udziałowym lub/oraz dłużnym, przy czym na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania żadne decyzje w tym obszarze nie zostały podjęte.

### Prognozy wyników finansowych

Emitent nie publikował jednostkowych oraz skonsolidowanych prognoz wyników finansowych na rok 2020.

Niezależnie od powyższego w 2020 roku w Grupie funkcjonował Program Motywacyjny oparty m.in. o wyniki finansowe Grupy. Szczegółowe informacje na ten temat zostały zamieszczone w punkcie Program Motywacyjny



PERSPEKTYWY  
ROZWOJU  
ORAZ  
RYZYKA  
I ZAGROŻENIA



STRATEGIA GRUPY BRAND 24



PERSPEKTYWY I CZYNNIKI ROZWOJU

- ▶ działalność Grupy Kapitałowej Brand 24



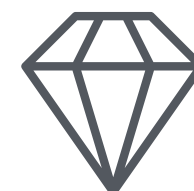
RYZYKO PROWADZONEJ DZIAŁALNOŚCI

- ▶ ryzyko operacyjne
- ▶ ryzyko finansowe

Celem Grupy Brand 24 jest wzrost wartości, której przejawem będzie istotne zwiększenie wyników finansowych generowanych przez Brand24 oraz wdrażanie nowych produktów komplementarnych do Brand24. Oczekiwany wzrost wyników Grupy powinien nastąpić, dzięki realizacji następujących celów pośrednich:



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



wykorzystanie, zdobywanego od prawie 10 lat, know-how Spółki do budowy i promocji nowych produktów komplementarnych do Brand24. Produktów, które poszerzą źródła przychodu Grupy i pozwolą zarówno na stabilizację, jak i jeszcze bardziej dynamiczny wzrost wyników finansowych Grupy.

Osiągnięcie powyższych celów będzie możliwe dzięki:



Uruchomienie nowej, responsywnej wersji Brand24 wprowadzającej nowe metryki pomiaru obecności marki w Sieci. Nowe metryki stanowiąc będą rewolucję w produktach monitoringu mediów, zamieniając dotychczas dostarczanie dane liczbowe w jakościowe wskaźniki oceniające obecność marki w Sieci.



Inwestycję w Content Marketing, który daje najlepsze wyniki ilości rejestracji kont testowych i sprzedaży, oferując jednocześnie najlepsze proporcje kosztu akwizycji klienta (CAC) do średniego przychodu w cyklu życia (CLV). Brand24 pozyskuje około 50% ruchu i 30% rejestracji kont testowych w postaci ruchu organicznego. Content Marketing w segmencie narzędzi marketingowych stanowi bardzo głębokie źródło ruchu, oferujące możliwość zwielokrotnienia ruchu w najbliższych 3-5 latach.



Poszerzenie działalności Grupy o produkty komplementarne, oferowane dla tej samej grupy docelowej, która korzysta już z Brand24 poprzez wykorzystanie know-how zgromadzonego przez 10 lat budowy i ekspansji zagranicznej Brand24 oraz nabyte doświadczenia marketingowe. Strony należące do Brand24 odwiedzane są przez około 100,000 użytkowników miesięcznie. Użytkownicy Ci trafiają na polecenia testów Brand24, ale także wielu innych narzędzi, które rekomendowane są na stronach Brand24 w ramach partnerstwa lub jako niezależne produkty. Strony Brand24 to duży potencjał promocyjny, który można kapitalizować przy nowych produktach Grupy Brand24. Warto podkreślić, że ruszył już nowy produkt Custom Reports, który pozyskał pierwszych klientów jeszcze przed oficjalnym startem. Przewidywany średni przychód per klient w tym nowym produkcie premium będzie kilkunastokrotnie wyższy niż w samym narzędziu Brand24. Na początku Q2 2021 startujemy z kampanią cross-sellową Custom Reports do istniejących i byłych klientów Brand24.

## 5. 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.

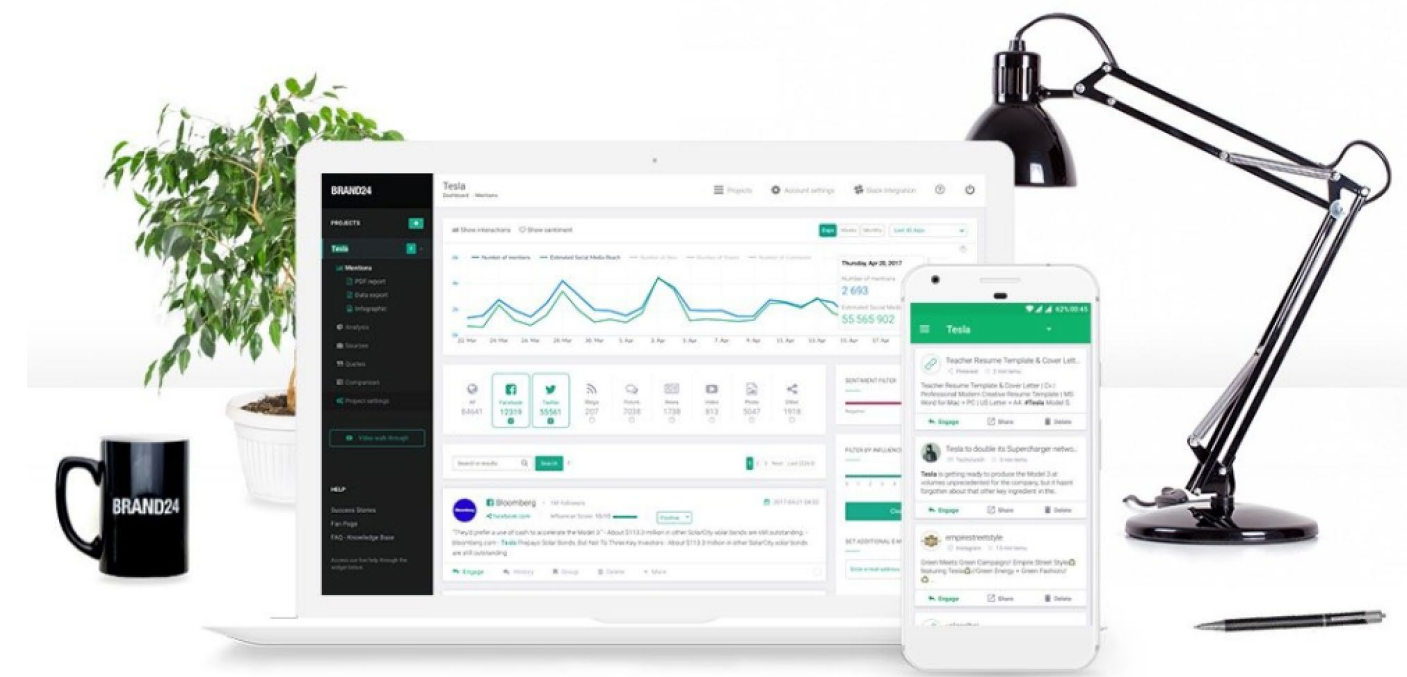
Oprogramowanie SaaS (Software-as-a-Service) stanowi jeden z modeli chmury obliczeniowej coraz częściej zastępują tradycyjne oprogramowanie pozwalając klientom na optymalizację wykorzystywanych zasobów, podniesienie niezawodności, skalowalności i elastyczności wykorzystywanych rozwiązań. Jednym z czterech 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).



## 5. 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. 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
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.
Ryzyko związane z pandemią wirusa COVID-19	Brand 24 prowadząc działalność gospodarczą korzysta z usług podmiotów zewnętrznych oraz sam oferuje swoje usługi klientom zewnętrznym. Obecna sytuacja na świecie związana z pandemią wirusa COVID-19 może mieć negatywne skutki na działalność operacyjną Grupy jak i jej kontrahentów i klientów, przez co Grupa może być narażona na ryzyko spowolnienia sprzedaży własnych usług jak i przestoju w dostawach usług kontrahentów co może się negatywnie odbić na biznesie operacyjnym Brand 24. Jednocześnie z uwagi na zdecentralizowany model biznesowy umożliwiający prowadzenie przez Pracowników oraz Współpracowników działalności w tzw. trybie zdalnym, Spółka nie identyfikuje zagrożeń w odniesieniu do organizacjach aspektów działalności Brand 24.

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 (przez 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. Mając na względzie bieżący poziom kosztów prowadzenia działalności, zakres udostępnionych produktów finansowych oraz przewidywane przepływy pieniężne z podstawowej działalności operacyjnej w perspektywie kolejnych miesięcy, na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania Emitent nie identyfikuje istotnych zakłóceń w zakresie realizacji wymagalnych zobowiązań. Jednocześnie w celu poprawy struktury i poziomu kapitału obrotowego, wymaganego dla finansowa podstawowej działalności operacyjnej, rozważana jest możliwość pozyskania finansowania zewnętrznego, w tym w szczególności o charakterze udziałowym lub/oraz dłużnym.</p>

# OŚWIADCZENIE W SPRAWIE ŁADU KORPORACYJNEGO

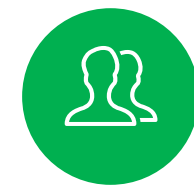


## STOSOWANE ZASADY ŁADU KORPORACYJNEGO



## AKCJE I AKCJONARIAT

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



## WŁADZE

- ▶ Zarząd
- ▶ Rada Nadzorcza
- ▶ Wynagrodzenie osób zarządzających i nadzorujących

### Stosowane zasady ładu korporacyjnego

W roku obrotowym 2020 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, rejestrować przebieg obrad i upubliczniać go na stronie internetowej.

#### Komentarz

*Zasada jest stosowana w ograniczonym zakresie tj. – za wyjątkiem umożliwienia transmitowana 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](http://www.GPWInfoStrefa.pl)

#### Komentarz

Zasada jest stosowana w ograniczonym zakresie tj. z wyłączeniem wykorzystywania działu relacji inwestorskich na stronie [www.GPWInfostrefa.pl](http://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 2020 roku

W 2020 roku doszło do podwyższenia kapitału zakładowego BRAND 24 w drodze emisji 130.000 akcji serii J, o wartości nominalnej 0,10 zł oraz miała miejsce emisja 6.055 akcji serii H, związana z realizacją programu motywacyjnego.

#### Emisja akcji serii J

W dniu 2 kwietnia 2020 roku powziął informację zawarcia przez akcjonariuszy Spółki porozumienia - umowy inwestycyjnej, o czym informowano w raporcie bieżącym nr 3/2020.

W przywołanym raporcie bieżącym poinformowano w szczególności, że:

W dniu 1 kwietnia 2020 roku akcjonariusze Spółki, w tym m.in. LARQ Growth Fund I Fundusz Inwestycyjny Zamknięty z siedzibą w Warszawie ["LARQ FIZ"], którego jedynym uczestnikiem jest spółka LARQ Fund Management sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie, będąca spółką w 100% zależną od Emitenta, zawarli porozumienie – umowę inwestycyjną w przedmiocie określenia zasad wspólnej polityki wobec BRAND 24 ["Porozumienie"]. Wspólna polityka inwestycyjna będąca przedmiotem Porozumienia polega na zapewnieniu BRAND 24 finansowania poprzez:

1] zaoferowanie przez LARQ FIZ udzielenia BRAND 24 wsparcia finansowego w formie pożyczki na kwotę 600.000 zł, z oprocentowaniem w wysokości WIBOR3M + marża 2,5% w skali roku, do dnia 31 maja 2020 roku, w celu sfinansowania uzasadnionych wydatków finansowych BRAND 24, w tym uregulowanie części zobowiązań handlowych, które pomogą utrzymać bieżącą płynność finansową BRAND 24, pod warunkiem uzyskania przez LARQ FIZ zabezpieczenia pożyczki;

2] wspólne wystąpienie akcjonariuszy uczestniczących w Porozumieniu z żądaniem zwołania Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia BRAND 24 przez Zarząd BRAND 24, w terminie do dnia 30 kwietnia 2020 roku, wraz z żądaniem umieszczenia w porządku obrad następujących uchwał:

- ▶ w przedmiocie podwyższenia kapitału zakładowego BRAND 24 z kwoty 202.178,80 zł do kwoty 215.178,80 zł, to jest o kwotę 13.000,00 zł w drodze emisji 130.000 akcji serii J, o wartości nominalnej 0,10 zł każda ["Akcje Nowej Emisji"]; Akcje Nowej Emisji będą uczestniczyć w dywidendzie od 1 stycznia 2020 roku; objęcie Akcji Nowej Emisji nastąpi w drodze złożenia oferty przez BRAND 24 akcjonariuszom BRAND 24 będących stronami Porozumienia i jej przyjęcia przez oznaczonego adresata [subskrypcja prywatna] w terminie od dnia 1 maja 2020 roku do 31 maja 2020 roku, z wyłączeniem prawa poboru Akcji Nowej Emisji dotychczasowych akcjonariuszy BRAND 24.
- ▶ w przedmiocie upoważnienia Zarządu BRAND 24 do podwyższenia kapitału zakładowego BRAND 24 w ramach kapitału docelowego poprzez emisję nowych akcji o łącznej wartości nominalnej nie wyższej niż 13.000 zł [słownie: trzynaście tysięcy złotych] w drodze jednego lub kilku podwyższeń kapitału zakładowego w granicach określonych powyżej [kapitał docelowy] pod warunkiem rejestracji uchwały, o której mowa w punkcie i. powyżej; Zarząd BRAND 24 będzie mógł wydawać akcje wyemitowane w ramach kapitału docelowego w zamian za wkłady pieniężne lub niepieniężne; upoważnienie Zarządu BRAND 24 do podwyższenia kapitału zakładowego oraz do emitowania nowych akcji w ramach kapitału docelowego wygaśnie z upływem 3 lat od dnia rejestracji zmiany statutu BRAND 24, dokonanej uchwałą Walnego Zgromadzenia BRAND 24 przyznającej przedmiotowe upoważnienie dla BRAND 24.

W dniu 29 kwietnia 2020 roku Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki podjęło uchwały m.in.:

- ▶ podwyższeniu kapitału zakładowego Spółki z wyłączeniem prawa poboru akcji nowej emisji dotychczasowych akcjonariuszy Spółki oraz w przedmiocie zmiany statutu Spółki.
- ▶ upoważnieniu Zarządu Spółki do podwyższenia kapitału zakładowego Spółki w granicach kapitału docelowego oraz w przedmiocie zmiany statutu Spółki.

### Zmiany w kapitale zakładowym w 2020 roku

W związku z wpływieniem datowanych na dzień 29 kwietnia 2020 roku oświadczeń od odpowiednio LARQ Growth Fund I Fundusz Inwestycyjny Zamknięty, Venture INC S.A. oraz Solution Partners spółka z ograniczoną odpowiedzialnością zgodnie z którymi w wykonaniu Porozumienia podmioty te podtrzymały wyrażoną w Porozumieniu chęć objęcia akcji serii J (Akcje Nowej Emisji) w następujący sposób:

- ▶ LARQ Growth Fund I Fundusz Inwestycyjny Zamknięty wyraził chęć objęcia 65.000 Akcji Nowej Emisji,
- ▶ Venture INC S.A. wyraził chęć objęcia 13.000 Akcji Nowej Emisji
- ▶ Solution Partners spółka z ograniczoną odpowiedzialnością wyraził chęć objęcia 52.000 Akcji Nowej Emisji,

w dniu 29 kwietnia 2020 roku Zarząd Emitenta podjął uchwałę zgodnie z którą:

- ▶ Zarząd Spółki postanowił skierować ofertę emisji Akcji Nowej Emisji w trybie subskrypcji prywatnej w rozumieniu art. 431 § 2 pkt 1 Kodeksu spółek handlowych, w terminie od dnia 30 kwietnia 2020 roku do 31 maja 2020 roku do wskazanych powyżej trzech w przedmiocie objęcia wskazanych pakietów Akcji Nowej Emisji;
- ▶ Zarząd Spółki określił cenę emisyjną Akcji Nowej Emisji, obliczoną jako średnią cenę 1-miesięczną ważoną ilością obrotu liczoną do dnia 31 marca 2020 roku, w wysokości 21,30 zł;
- ▶ Zarząd Spółki postanowił wystąpić do Rady Nadzorczej Spółki z wnioskiem o zatwierdzenie czynności wskazanych w punktach a) i b) powyżej;
- ▶ niezwłocznie po zatwierdzeniu czynności, o których mowa w punktach 1 i 2 powyżej przez Radę Nadzorczą Spółki, Zarząd Spółki, wystąpił do ww. akcjonariuszy z ofertą objęcia Akcji Nowej Emisji zgodnie z punktami 1 i 2 powyżej.

W dniu 5 maja 2020 roku Rada Nadzorcza Spółki podjęła uchwałę w sprawie wyrażenia zgody na ustalenie ceny emisyjnej oraz skierowanie emisji akcji do akcjonariuszy uczestniczących w porozumieniu akcjonariuszy (umowie inwestycyjnej) na warunkach opisanych w przywołanym raporcie bieżącym ESPI nr 8/2020 tj. Rada Nadzorcza Spółki:

- ▶ wyraziła zgodę na ustalenie ceny emisyjnej 130.000 Akcji Nowej Emisji obliczoną jako średnią cenę 1-miesięczną ważoną ilością obrotu liczoną do dnia 31 marca 2020 roku, w wysokości 21,30 zł za jedną akcję;
- ▶ wyraziła zgodę na skierowanie oferty objęcia emisji Akcji Nowej Emisji do i] LARQ Growth Fund I Fundusz Inwestycyjny Zamknięty w przedmiocie objęcia 65.000 Akcji Nowej Emisji, ii] Venture INC S.A. w przedmiocie objęcia 13.000 Akcji Nowej Emisji, iii] Solution Partners spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w przedmiocie objęcia 52.000 Akcji Nowej Emisji.

W dniu 6 maja 2020 roku zawarte zostały umowy objęcia Akcji Nowej Emisji pomiędzy Spółką a stronami Porozumienia akcjonariuszy.

W dniu 18 czerwca 2020 roku właściwy dla Spółki sąd rejestrowy dokonał rejestracji podwyższenia kapitału zakładowego Spółki.

### Emisja akcji serii H

Informacje nt. emisji serii H zostały opisane w punkcie *Kapitał warunkowy*.

### Struktura kapitału zakładowego Brand 24 SA

#### Kapitał podstawowy

Na dzień publikacji niniejszego raportu kapitał zakładowy Spółki składał się z 2.157.843 akcji zwykłych na okaziciela o wartości nominalnej 0.10 PLN 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;
- ▶ 20.541 akcji serii H;
- ▶ 110.000 akcji serii I;
- ▶ 130.000 akcji serii J.

#### 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 101 214.30 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.

Stosownie do postanowień wynikających z Programu Motywacyjnego uchwalonego na podstawie uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 18 października 2017 roku zmienionej następnie uchwałą Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 19 grudnia 2019 roku, 16 października 2019 roku zostały wyemitowane i wydane siedemnastu osobom uprawnionym do uczestnictwa w Programie Motywacyjnym odcinki zbiorowe 14 486 akcji na okaziciela serii H o wartości nominalnej 0,10 zł każda, co skutkowało definitywnym podwyższeniem kapitału zakładowego o kwotę 1.448,60 zł. Zgodnie z Programem akcje te uległy dematerializacji w rozumieniu art. 5 ustawy z dnia 29 lipca 2005 roku o obrocie instrumentami finansowymi. Program uprawniał także Spółkę do ich wprowadzenia do obrotu na rynku regulowanym lub wprowadzenia do obrotu w alternatywnym systemie obrotu prowadzonym przez GPW.



### Struktura kapitału zakładowego Brand 24 SA

Zgodnie z Uchwałą Nr 493/2020 Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 8 lipca 2020 r. nastąpiło wprowadzenia do alternatywnego systemu obrotu na rynku NewConnect 7.762 akcji zwykłych na okaziciela serii G i 14.486 akcji zwykłych na okaziciela serii H Spółki. W dniu 21 sierpnia 2020 r. Zarząd Spółki podjął uchwały w sprawie potwierdzenia objęcia akcji na okaziciela serii H o wartości nominalnej 0,10 zł każda i ich emisji zgodnie z Regulaminem Programu. W tym samym dniu siedem osób uprawnionych do uczestnictwa w Programie złożyło oświadczenia o objęciu łącznie 6.055 akcji oraz pokryło wkład gotówkowy na ich objęcie. Jednocześnie w związku z objęciem akcji Zarząd Spółki podjął uchwałę o unieważnieniu odcinków zbiorowych warrantów subskrypcyjnych serii B, które uprawniały do objęcia akcji. W konsekwencji powyższego w dniu 21 sierpnia 2020 roku Zarząd postanowił wyemitować i wydać ww. osobom uprawnionym odcinki zbiorowe akcji, co skutkowało definitywnym podwyższeniem kapitału zakładowego o ww. kwotę. Zgodnie z Programem akcje te ulegną dematerializacji w rozumieniu art. 5 ustawy z dnia 29 lipca 2005 roku o obrocie instrumentami finansowymi, a ponadto Program uprawnia Spółkę do ich wprowadzenia do obrotu na rynku regulowanym lub wprowadzenia do obrotu w alternatywnym systemie obrotu prowadzonym przez GPW.

### Kapitał docelowy

Zarząd Spółki upoważniony jest do podwyższenia kapitału zakładowego Spółki w granicach kapitału docelowego, poprzez emisję nowych akcji o łącznej wartości nominalnej nie wyższej niż 13.000 zł w drodze jednego lub kilku podwyższeń kapitału zakładowego w granicach określonych powyżej (kapitał docelowy) pod warunkiem rejestracji Uchwały nr 3/04/2020 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy spółki pod firmą BRAND 24 S.A. z siedzibą we Wrocławiu z dnia 29.04.2020r. w przedmiocie podwyższenia kapitału zakładowego Spółki z wyłączeniem prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy Spółki oraz w przedmiocie zmiany statutu Spółki.

Upoważnienie Zarządu do podwyższenia kapitału zakładowego oraz do emitowania nowych akcji w ramach kapitału docelowego wygaśnie z upływem 3 lat od dnia rejestracji zmiany statutu Spółki, dokonanej niniejszą uchwałą Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy. Zmiana Statutu w powyższym zakresie została zarejestrowana w dniu 18 czerwca 2020 r.

### Akcje w obrocie na NewConnect

W obrocie notowanych jest 2.157.843 akcji Spółki. Akcje te są notowane pod nazwą skróconą „BRAND24” i z oznaczeniem „B24”.

Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie BRAND 24 S.A. w dniu 17 listopada 2020 r. podjęło decyzję w wyniku której Uchwały postanowiono o ubieganiu się przez Spółkę o dopuszczenie i wprowadzenie do obrotu na rynku regulowanym prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A., po spełnieniu stosownych, wynikających z właściwych przepisów prawa i regulacji GPW, kryteriów i warunków umożliwiających dopuszczenie do obrotu na tym rynku akcji Spółki.

### Akcje własne

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

## 6. AKCJE I AKCJONARIAT

### Struktura akcjonariatu

Poniżej zaprezentowano strukturę akcjonariatu Brand 24 S.A. na dzień przekazania poprzedniego raportu okresowego:

Akcjonariusz	Liczba akcji/głosów	Udział w kapitale zakładowym/ogólnej liczbie głosów
Larq Growth Fund I FIZ	624 281	28.93%
Michał Sadowski	227 028	10.52%
Piotr Wierzejewski	227 028	10.52%
Venture Inc S.A.	224 682	10.41%
Pozostali	854 824	39.61%
<b>RAZEM</b>	<b>2 157 843</b>	<b>100.00%</b>

Poniżej zaprezentowano strukturę akcjonariatu Brand 24 S.A. na dzień przekazania niniejszego raportu.

Akcjonariusz	Liczba akcji/głosów	Udział w kapitale zakładowym/ogólnej liczbie głosów
Porozumienie Akcjonariuszy, w tym Harbinger Capital Ltd.*	626 523	29.03%
Michał Sadowski	227 028	10.52%
Piotr Wierzejewski	227 028	10.52%
Venture Inc S.A.	224 682	10.41%
Pozostali	852 582	39.51%
<b>RAZEM</b>	<b>2 157 843</b>	<b>100.00%</b>

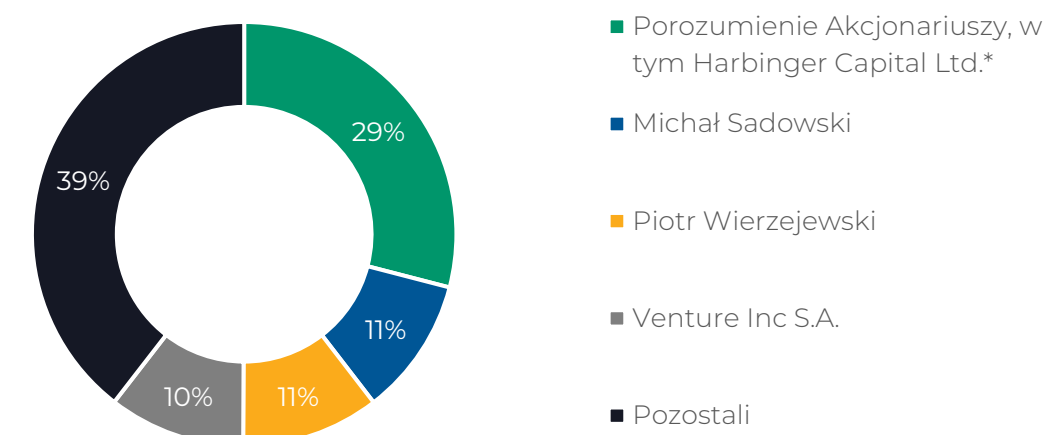
W stosunku do powyższej struktury, na dzień przekazania niniejszego raportu:

- zawarte zostało porozumienie akcjonariuszy, o którym Emitent informował w raporcie bieżącym ESPI 1/2021

- nastąpiło pośrednie nabycie akcji Brand24 przez Wiesbaden Limited z siedzibą na Malcie, będącego, o czym Spółka informowała w raporcie bieżącym ESPI nr 3/2021.

Stronom porozumienia z udziałem Larq Growth Fund przysługuje łącznie 626.523 akcji Brand24, reprezentujących 29.03% kapitału zakładowego i uprawniających do 626.523 29 głosów stanowiących 29.03% na Walnym Zgromadzeniu Spółki.

\*Porozumienie Akcjonariuszy zgodnie z raportem ESPI 3/2021



### 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 nie zrealizowała celów Programu na rok 2020.

W ramach Programu Motywacyjnego 2018-2020 uprawnieni mogą 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 jest 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 jest rozliczany co roku, a jego całkowite rozliczenie nastąpi po zatwierdzeniu sprawozdania finansowego Emitenta za 2020 roku, zgodnie ze szczegółowymi warunkami Programu Motywacyjnego.

Na moment publikacji niniejszego raportu, w ramach Programu Motywacyjnego wyemitowanych zostało 20.541 akcji na okaziciela serii H o wartości nominalnej 0,10 zł każda, a warranty subskrypcyjne serii B, uprawniające do objęcia tych akcji, zostały unieważnione.

### Zarząd

W 2020 roku oraz do dnia przekazania niniejszego raportu 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 ponad 15 lat doświadczenia w*

*branży informatycznej, z czego ponad 10 lat na*

*stanowiskach zarządczych.*

### Rada Nadzorcza

Od początku 2020 roku do dnia 22 maja 2020 roku w skład Rady Nadzorczej Spółki wchodziły następujące osoby:

- ▶ Anna Krawczyńska-Nowak - Przewodnicząca Rady Nadzorczej,
- ▶ Mariusz Ciepły - Członek Rady Nadzorczej,
- ▶ Karol Wnukiewicz - Członek Rady Nadzorczej,
- ▶ Maciej Małysz - Członek Rady Nadzorczej,
- ▶ Adam Michalewicz - Członek Rady Nadzorczej,
- ▶ Jakub Kurzynoga - Członek Rady Nadzorczej.

W dniu 22 maja 2020 roku ze skutkiem natychmiastowym Pan Maciej Małysz zrezygnował z pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej Spółki, natomiast dnia 16 listopada 2020 do Spółki wpłynęła rezygnacja z członkostwa w Radzie Nadzorczej Pani Anny Krawczyńskiej-Nowak, pełniącej funkcję Przewodniczącej Rady Nadzorczej, ze skutkiem na godzinę 8:00 dnia 17 listopada 2020 roku.

W dniu 17 listopada 2020 roku Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie powołało ze skutkiem natychmiastowym w skład Rady Nadzorczej Pana Tomasza Łużaka.

Na dzień przekazania niniejszego raportu Rada Nadzorcza Spółki funkcjonowała w następującym składzie:

- ▶ Tomasz Łużak - Przewodniczący Rady Nadzorczej,
- ▶ Jakub Kurzynoga - Członek Rady Nadzorczej,
- ▶ Mariusz Ciepły - Członek Rady Nadzorczej,
- ▶ Karol Wnukiewicz - 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

### Zasady sporządzenia sprawozdań finansowych

Sprawozdania finansowe (jednostkowe oraz skonsolidowane) Brand 24 za 2020 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.

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

W 2020 roku oraz na dzień publikacji niniejszego raportu przeciw Spółce lub Spółce Zależnej nie toczyły się żadne postępowania przed jakimkolwiek sądem ani też organem administracji publicznej.

### Zagadnienia dotyczące środowiska naturalnego

W 2020 roku nie poniesiono nakładów na ochronę środowiska.

### Informacja o zatrudnieniu

Przeciętne zatrudnienie w 2020 roku wynosiło 19,60 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 2020 roku Emitent współpracował z ok. 34. osobami świadczącymi na jego rzecz usługi, głównie w zakresie wsparcia informatycznego. Spółka Zależna nie współpracuje z jakimikolwiek osobami.

### Osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju (działania innowacyjne)

Podstawowym produktem Grupy jest aplikacja Brand24 - zaawansowane narzędzie monitoringu (w tym mediów społecznościowych) składającym się ze specjalistycznych modułów oraz systemów. Grupa stale prowadzi prace mające na celu udoskonalenia funkcjonalności aplikacji Brand24 i tym samym na bazie podstawowego produktu powstają kolejne wersje aplikacji.

W 2020 roku Grupa kontynuowała prace nad usprawnieniem i rozwojem narzędzia informatycznego będącego podstawą świadczenie przez Grupę usług swoim klientom. Na dzień 31 grudnia 2020 roku kwota niezakończonych prac rozwojowych wyniosła 1 mln PLN. 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
- ▶ Lider sektora Monitoringu Internetu wg G2Crowd (zima 2021)

### Autoryzowany Doradca

Do końca października 2020 r. Autoryzowanym Doradcą Spółki była firma CC Group Sp. z o. o. ul. Marszałkowska 89 00-693 Warszawa.

W okresie styczeń-październik 2020 roku Emitent współpracował z ww. podmiotem w zakresie:

- ▶ umowy o autoryzowane doradztwo;
- ▶ umów o oświadczenie usług doradztwa w obszarze relacji inwestorskich.

Łączne wynagrodzenia z wszystkich ww. tytułów w 2020 roku wyniosło 100 tys. zł.

Z okresem obowiązywania od dnia 1 listopada 2020 roku została zawarta z Equity Market Consulting Group sp. z o.o. (EMCG), na czas nieoznaczony, umowa świadczenie na rzecz Emitenta przez EMCG zadań Autoryzowanego Doradcy. Wynagrodzenie z tytułu powyższej umowy wyniosło w 2020 roku 3 tys. zł.

# 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: 22 marca 2021 r.

Data publikacji Sprawozdania Zarządu: 22 marca 2021 r.



# BRAND24

## KONTAKT DLA INWESTORÓW



Sebastian Krawczyk  
MakMedia Group



+48 608 590 417



[investors@brand24.com](mailto:investors@brand24.com)



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