

BRAND24

**SKONSOLIDOWANY RAPORT
ZA III KWARTAŁ 2021 ROKU
GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24**

DATA PUBLIKACJI – 22 LISTOPADA 2021 ROKU

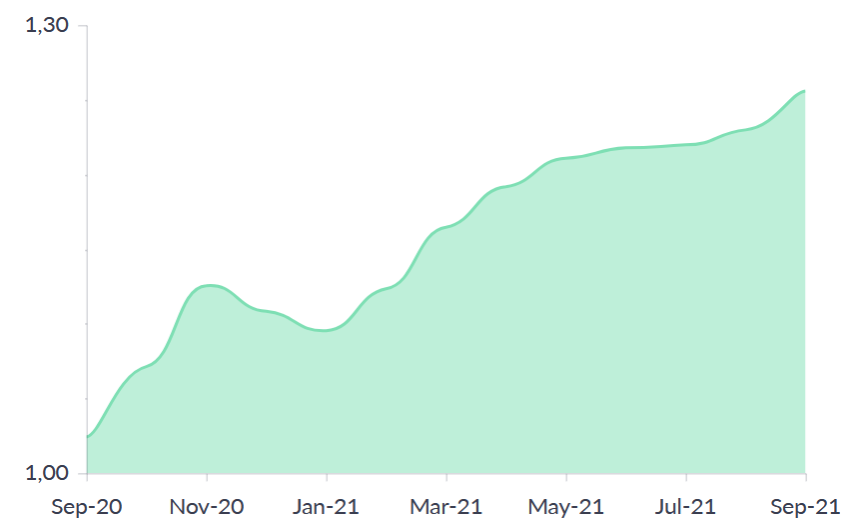
WROCŁAW

PODSUMOWANIE

BRAND 24

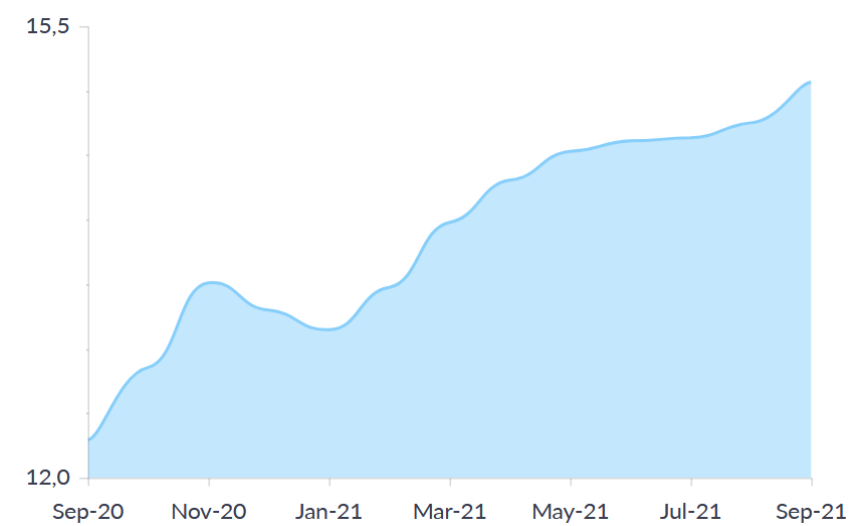
1.28 mln (+0.23 mln)

miesięcznych powtarzalnych przychodów
(MRR - Monthly Recurring Revenue)
na koniec Q3'21 (vs. Q3'20) [PLN]



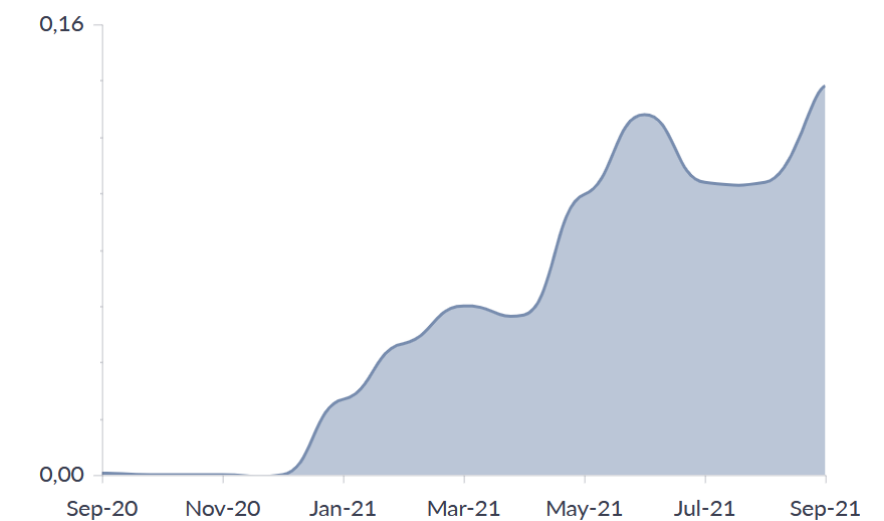
15.3 mln (+2.8mln)

ARR* - Annual Run Rate
na koniec Q3'21 (vs. Q3'20) [PLN]



0.8 mln (+1.2 mln)

skonsolidowany EBIT
za Q1-3'2021 (vs. Q1-3'20) [PLN]



* ARR - Annual Run Rate (roczna kalkulacja przychodów obliczona jako dwunastokrotność zaprezentowanego w niniejszym raporcie MRR)

SPIS TREŚCI

1	WYBRANE DANE FINANSOWE	str. 4-6	5	INFORMACJE KORPORACYJNE	str. 30-35
2	SYTUACJA FINANSOWA Omówienie danych operacyjnych Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa	str. 7-13		Akcje i akcjonariat Struktura kapitału zakładowego Struktura akcjonariatu Program motywacyjny Akcje w obrocie na rynku regulowanym	
3	DZIAŁALNOŚĆ GK BRAND 24 Informacja nt. Grupy Kapitałowej Brand 24 Działalność Grupy Kapitałowej Model biznesowy – oferta produktowa Odbiorcy usług Najważniejsze wydarzenia w Q3 2021 oraz do dnia sporządzenia sprawozdania Obszar finansowy Umowy finansowe Transakcje z podmiotami powiązanymi Emisje papierów wartościowych Inwestycje	str. 14-22		Władze Zarząd Rada Nadzorcza	
4	STRATEGIA Strategia Brand 24	str. 23-29	6	POZOSTAŁE INFORMACJE Zasady sporządzenia sprawozdań finansowych Postępowania przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej Informacja o zatrudnieniu Osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju Inne informacje, które zdaniem Spółki są istotne dla sytuacji Spółki i Grupy Kapitałowej	str. 36-38



W Y B R A N E

DANE FINANSOWE

1. WYBRANE SKONSOLIDOWANE DANE FINANSOWE GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

Skonsolidowany raport za III kwartał 2021 **BRAND24**

Pozycja	w tys. PLN		w tys. EUR	
	Q1-Q3 '21	Q1-Q3 '20	Q1-Q3 '21	Q1-Q3 '20
Przychody ze sprzedaży	11 365	9 860	2 493	2 220
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	6 283	4 871	1 378	1 097
EBITDA	2 405	1 479	528	333
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	764	(406)	168	(91)
Zysk (strata) netto	365	(650)	80	(146)
	30.09.2021	31.12.2020	30.09.2021	31.12.2020
Aktywa razem	9 923	10 186	2 142	2 207
Aktywa obrotowe	1 663	1 824	359	395
Kapitał własny	4 165	3 814	899	826
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	5 759	6 372	1 243	1 381
Zobowiązania długoterminowe	1 637	2 023	353	438

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

- ▶ kurs obowiązujący w dniu 30 września 2021 roku 1 EUR = 4,6329 PLN
- ▶ kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2020 roku 1 EUR = 4,6148 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 30 września 2021 roku 1 EUR = 4,5585 PLN
- ▶ w okresie od 1 stycznia do 30 września 2020 roku 1 EUR = 4,4420 PLN

*EBITDA = wynik operacyjny + amortyzacja

Definicja EBITDA jako wskaźnika alternatywnego pomiaru wyników oraz metodologia jego obliczania jest prezentowana powyżej i jest spójna z definicją stosowaną historycznie. Informacje nt. ww. wskaźnika jest cyklicznie monitorowana oraz prezentowana w ramach kolejnych raportów okresowych..

Pozycja	w tys. PLN		w tys. EUR	
	Q1-Q3 '21	Q1-Q3 '20	Q1-Q3 '21	Q1-Q3 '20
Przychody ze sprzedaży	10 964	9 513	2 405	2 142
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	6 263	4 674	1 374	1 052
EBITDA	2 419	1 500	531	338
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	777	(385)	170	(87)
Zysk (strata) netto	356	(630)	78	(142)
	30.09.2021	31.12.2020	30.09.2021	31.12.2020
Aktywa razem	9 961	10 068	2 150	2 182
Aktywa obrotowe	1 755	1 770	379	383
Kapitał własny	4 261	3 904	920	846
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	5 701	6 164	1 231	1 336
Zobowiązania długoterminowe	1 637	2 023	353	438

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

- ▶ kurs obowiązujący w dniu 30 września 2021 roku 1 EUR = 4,6329 PLN
- ▶ kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2020 roku 1 EUR = 4,6148 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 30 września 2021 roku 1 EUR = 4,5585 PLN
- ▶ w okresie od 1 stycznia do 30 września 2020 roku 1 EUR = 4,4420 PLN

SYTUACJA FINANSOWA



OMÓWIENIE DANYCH OPERACYJNYCH –
CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA DANE FINANSOWE



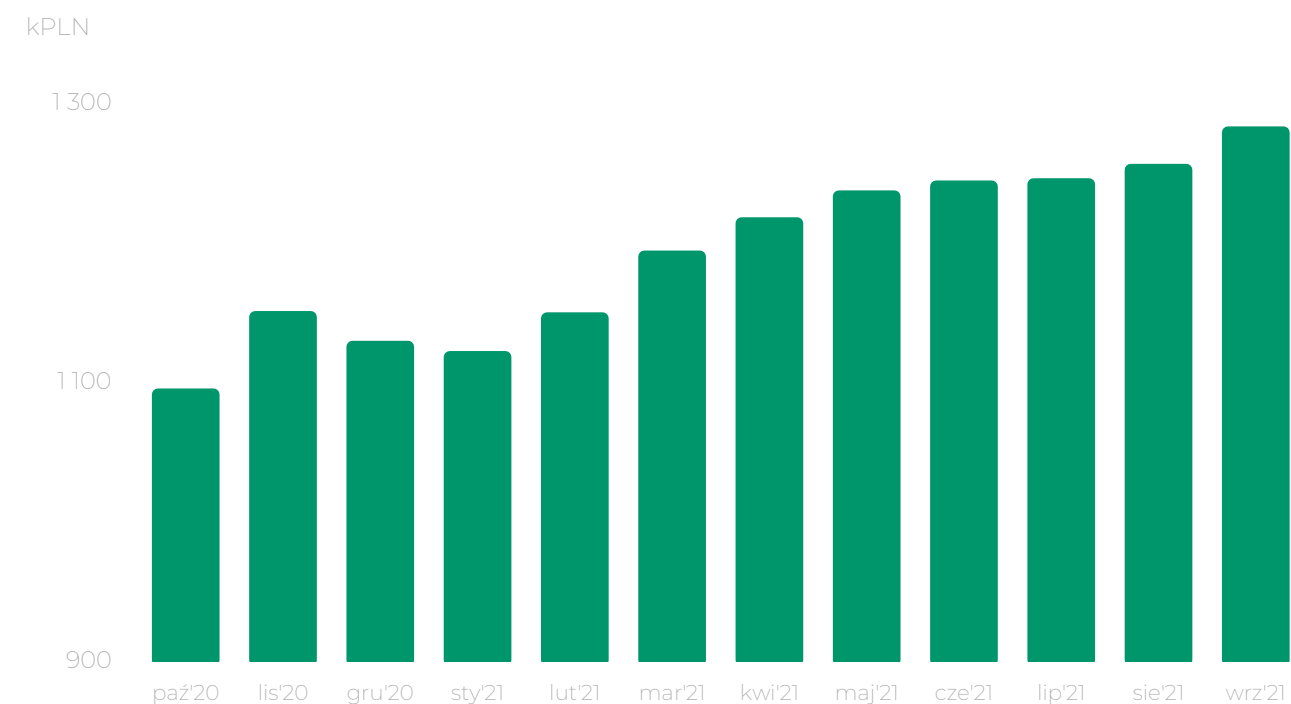
WYNIKI FINANSOWE ORAZ SYTUACJA MAJĄTKOWA



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 okresie III kwartału 2021 roku Grupa zwiększyła MRR o 3%. Mniejszy wzrost jest pochodną okresu wakacyjnego i mniejszego ruchu przychodzącego co przekłada się na mniejszą ilość sprzedanych nowych kont. Każdego roku w okresie czerwiec-wrzesień zauważalne jest spowolnienie w decyzjach zakupowych klientów co przekłada się na sprzedaż produktu.

Pod koniec września Grupa rozpoczęła proces aktualizacji cennika co powinno pozytywnie wpłynąć na dynamikę wzrostu MRR w kolejnych kwartałach.

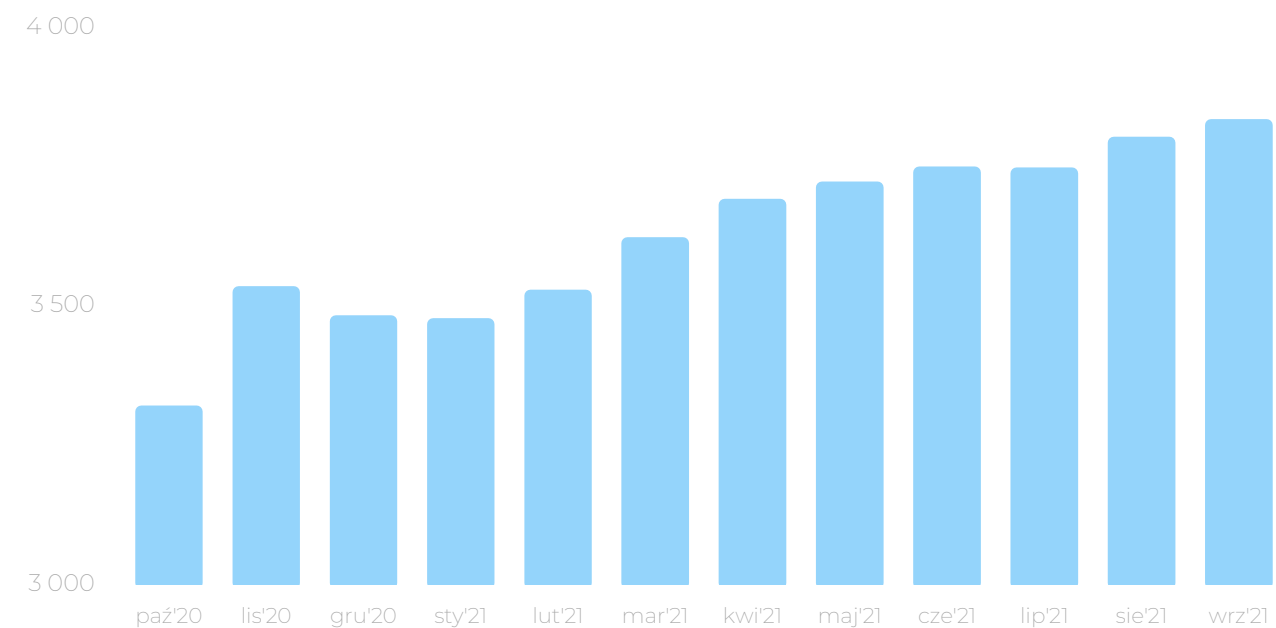
Poza wskaźnikami operacyjnymi, wpływ finansowy na MRR ma również kurs dolara amerykańskiego, który jest ostatecznie raportowany w przychodach spółki.

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 III kwartału 2021 roku operacyjny MRR wynosił 1 279 tys. PLN.

K L U C Z O W E W S K A Ź N I K I

LICZBA KLIENTÓW



Na koniec III kwartału 2021 roku Grupa posiadała 3822 aktywnych użytkowników swojego autorskiego narzędzia, co oznacza, że liczba klientów netto wzrosła w ciągu trzeciego kwartału o 85. Każdego roku w okresie czerwiec-wrzesień zauważalne jest spowolnienie w decyzjach zakupowych klientów co przekłada się na sprzedaż produktu.

Grupa skupia się na poprawie wszystkich kluczowych wskaźników operacyjnych wpływających na wzrost liczby klientów – pozyskiwanie nowych użytkowników, retencja klientów oraz konwersje z kont testowych.

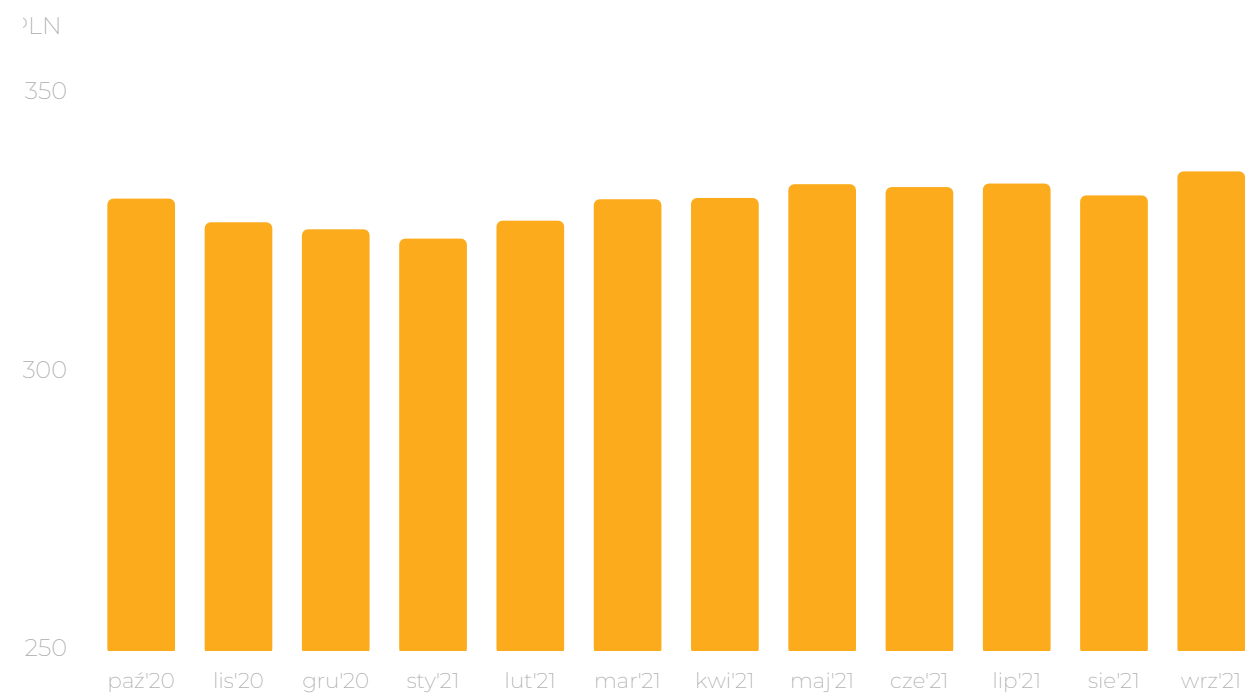
Aktywności marketingowe skupiają się obecnie przede wszystkim na sprzedaży globalnej, na rynkach całego świata. Wśród klientów Grupy są firmy z ponad 120 państw.

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
- ▶ zaplanowany na kolejne kwartały proces sukcesywnej aktualizacji cennika produktowego dla poszczególnych grup klientów.

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.

Średni wskaźnik ARPU w ciągu trzeciego kwartału 2021 roku nieznacznie wzrósł i wyniósł 335 zł. Grupa rozpoczęła proces aktualizacji cennika produktowego dla poszczególnych grup klientów co powinno się przełożyć na dalsze wzrosty tego wskaźnika w kolejnych kwartałach.

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 brand24.com

2. WYNIKI FINANSOWE ORAZ SYTUACJA MAJĄTKOWA GK BRAND 24

Skonsolidowany raport za III kwartał 2021 **BRAND24**

Pozycja	w tys. PLN		
	Q3 '21	Q3 '20	Zmiana
Przychody netto ze sprzedaży	4 010	3 304	706
Koszty sprzedanych produktów	1 744	1 754	(10)
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	2 267	1 551	716
Koszty sprzedaży	1 077	955	122
Pozostałe koszty ogólnego zarządu	835	642	192
Pozostałe przychody operacyjne	0	60	(60)
Pozostałe koszty operacyjne	10	13	(3)
Koszty wyceny programu motywacyjnego	-	-	-
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	346	1	345
EBITDA	881	625	256
Przychody finansowe	14	0	14
Koszty finansowe	70	111	(41)
Zysk (strata) brutto	289	(110)	400
Zysk (strata) netto	209	(75)	283

Pozycja	w tys. PLN		
	Q1-Q3 '21	Q1-Q3 '20	Zmiana
Przychody netto ze sprzedaży	11 365	9 860	1 504
Koszty sprzedanych produktów	5 082	4 989	93
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	6 283	4 871	1 411
Koszty sprzedaży	3 010	2 848	162
Pozostałe koszty ogólnego zarządu	2 462	2 430	32
Pozostałe przychody operacyjne	1	64	(63)
Pozostałe koszty operacyjne	47	63	(16)
Koszty wyceny programu motywacyjnego	-	-	-
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	764	(406)	1 169
EBITDA	2 405	1 479	926
Przychody finansowe	25	0	25
Koszty finansowe	258	377	(118)
Zysk (strata) brutto	530	(782)	1 312
Zysk (strata) netto	365	(650)	1 015

Grupa Brand 24 zakończyła okres trzech kwartałów 2021 roku ze skonsolidowanymi przychodami na poziomie 11.4 mln zł, natomiast w okresie samego III kwartału 2021 r. skonsolidowane przychody wyniosły 4.0 mln zł, o 0.2 mln zł więcej (+5%) niż w kwartale poprzednim. Wzrosty przychodów wynikają bezpośrednio z większej liczby klientów i MRR.

Wyższe przychody Grupy przekładają się na wyniki operacyjne. Skonsolidowana EBITDA Grupy wyniosła w okresie I-III kwartałów 2021 2.4 mln PLN, a w samym III kwartale br. 0.9 mln PLN. Baza kosztów operacyjnych w III kwartale nieznacznie wzrosła w porównaniu do poprzedniego kwartału, głównie na kosztach wytworzenia oraz sprzedaży, gdzie spółka częściowo kompensowała niższy ruch wakacyjny dodatkowymi wydatkami marketingowymi oraz poszukuje nowych źródeł pozyskiwania klientów.

W porównaniu do III kwartału 2020 roku wynik z działalności operacyjnej poprawił się z 1 tys. PLN do 346 tys. PLN zysku, a zysk netto wyniósł 209 tys. PLN w porównaniu do (-)75 tys. PLN straty z trzeciego kwartału 2020 roku.

W okresie trzech kwartałów 2021 r. Grupa wypracowała 764 tys. PLN zysku operacyjnego i obecnie skupia się na poprawie marżowości operacyjnej biznesu, poprzez zmiany w cenniku oraz sprzedaży nowego produktu.

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

2. WYNIKI FINANSOWE ORAZ SYTUACJA MAJĄTKOWA GK BRAND 24

Skonsolidowany raport za III kwartał 2021 **BRAND24**

AKTYWA Pozycja	w tys. PLN		
	30.09.2021	31.12.2020	Zmiana
Aktywa trwałe	8 260	8 363	(103)
Rzeczowe aktywa trwałe	82	100	(18)
Aktywa z tytułu prawa do użytkowania	2 139	2 727	(588)
Wartości niematerialne	5 033	4 449	584
Należności długoterminowe z tytułu kaucji	82	82	-
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	919	999	(79)
Pozostałe aktywa trwałe	5	5	(1)
Aktywa obrotowe	1 663	1 824	(160)
Należności handlowe	670	563	107
Należności z tytułu bieżącego podatku dochodowego	-	-	-
Pozostałe należności	349	171	177
Rozliczenia międzyokresowe	131	117	14
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	514	972	(458)
Aktywa razem	9 923	10 186	(263)

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		
	30.09.2021	31.12.2020	Zmiana
Kapitał własny	4 165	3 814	351
Kapitał podstawowy	216	216	-
Kapitał zapasowy	7 831	7 831	-
Pozostałe kapitały	4 201	4 201	-
Różnice kursowe z przeliczenia	(20)	(6)	(14)
Niepodzielony wynik finansowy	(8 428)	(7 080)	(1 349)
Wynik finansowy bieżącego okresu	365	(1 349)	1 714
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	5 759	6 372	(614)
Zobowiązania z tytułu leasingu	2 257	2 841	(583)
Zobowiązania handlowe	999	820	178
Zobowiązania do wykonania świadczenia	913	944	(31)
Kredyty i pożyczki	999	1 053	(55)
Rezerwy i Pozostałe	591	714	(123)
Pasywa razem	9 923	10 186	(263)

Po stronie zobowiązań odzwierciedleniem zastosowania MSSF 16 jest pozycja Zobowiązania z tytułu leasingu. Grupa w ramach umów leasingu rozpoznaje umowy dotyczące wynajmu powierzchni biurowych, dzierżawy serwerów oraz środków transportu.

W ramach zobowiązań do wykonania świadczenia Grupa rozpoznaje przychody odroczone ze sprzedaży abonamentów na okresy dłuższe niż jeden miesiąc.

PRZEŁYWY PIENIĘŻNE Pozycja	w tys. PLN		
	Q1-Q3 '21	Q1-Q3 '20	Zmiana
Przeływy pieniężne z działalności operacyjnej	2 037	1 085	952
Przeływy pieniężne z działalności inwestycyjnej	(1 409)	(1 338)	(71)
Przeływy pieniężne z działalności finansowej	(1 086)	564	(1 650)
Przeływy pieniężne netto	(458)	311	(769)
Środki pieniężne na początek okresu	972	358	614
Środki pieniężne na koniec okresu	514	669	(155)

Spółka, tak jak w latach poprzednich, inwestuje środki pieniężne wygenerowane na działalności operacyjnej w rozwój produktu 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.

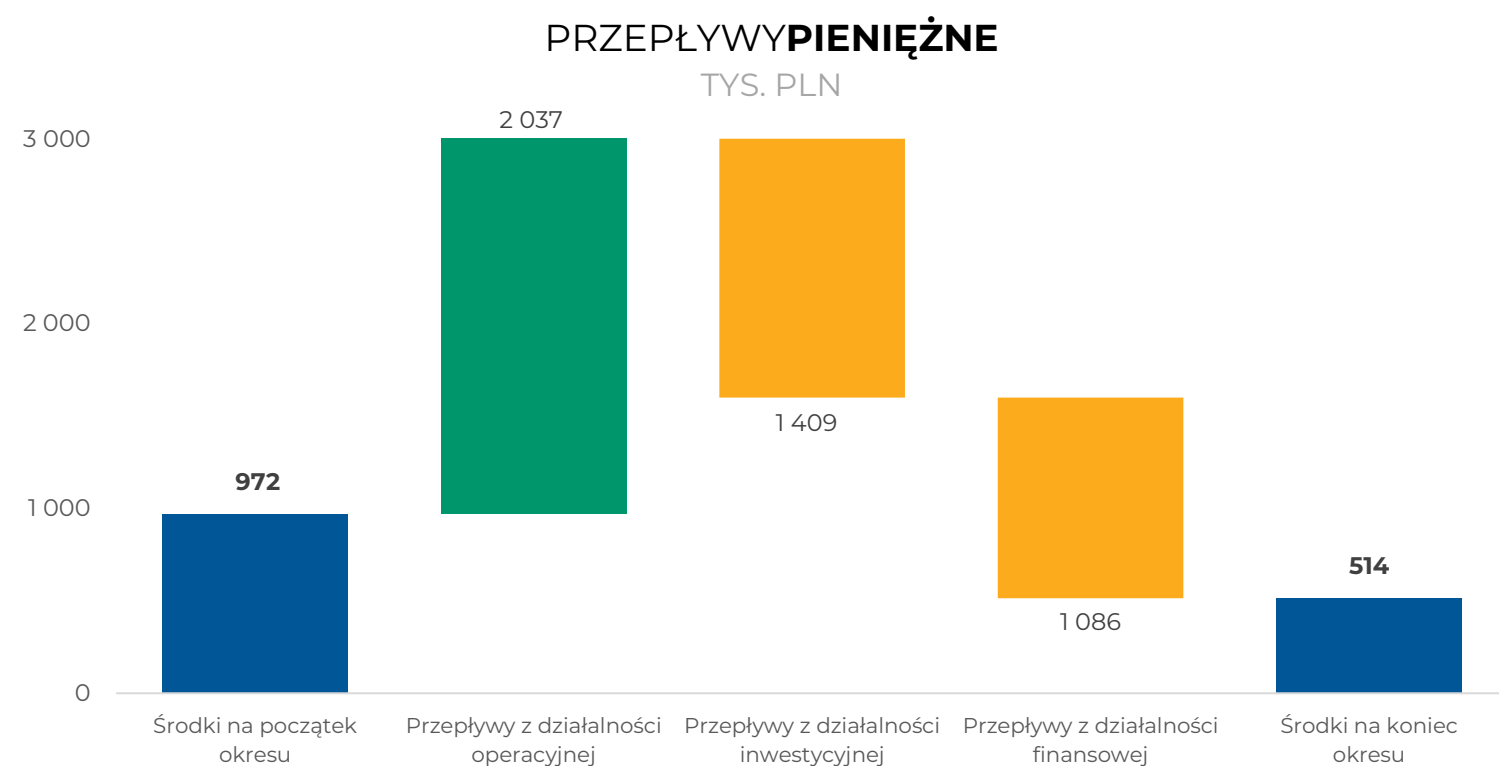
Najistotniejszą pozycją przepływów pieniężnych z działalności finansowej są płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu wynikające z zastosowania MSSF 16 dotyczące umów dzierżawy serwerów i wynajmu powierzchni biurowych.

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.

Prognozy wyników finansowych

Emitent nie publikował jednostkowych oraz skonsolidowanych prognoz wyników finansowych na rok 2021.

Jednocześnie w związku z zamiarem przyjęcia Programu motywacyjnego na lata 2021-2023 przedstawione zostały w raporcie bieżącym 19/2021 wskaźniki operacyjne na lata 2021-2023. Wskaźniki te stanowią wyłącznie projekcję wskazującą pożądane do realizacji cele biznesowe na lata 2021-2023 stanowiące kryterium do oceny spełnienia warunków operacyjnych Programu i w związku z tym w żadnym przypadku nie powinny i nie mogą być traktowane jako prognoza wyników finansowych Spółki.



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 okresie I-III kwartałów 2021 oraz do dnia sporządzenia sprawozdania



OBSZAR FINANSOWY

- ▶ umowy finansowe
- ▶ transakcje z podmiotami powiązanymi
- ▶ emisje papierów wartościowych
- ▶ inwestycje

3. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

SKŁAD GRUPY / MODEL BIZNESOWY / OFERTA PRODUKTOWA

Skonsolidowany raport za III kwartał 2021 **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.

W okresie sprawozdawczym oraz do dnia sporządzenia niniejszego raportu nie miały miejsca zmiany w strukturze Grupy Kapitałowej Brand 24, w tym w wyniku połączenia jednostek, uzyskania lub utraty kontroli nad jednostkami zależnymi oraz inwestycjami długoterminowymi, a także podziału, restrukturyzacji lub zaniechania działalności.

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.

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

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:

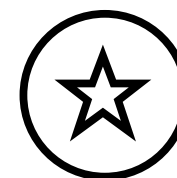
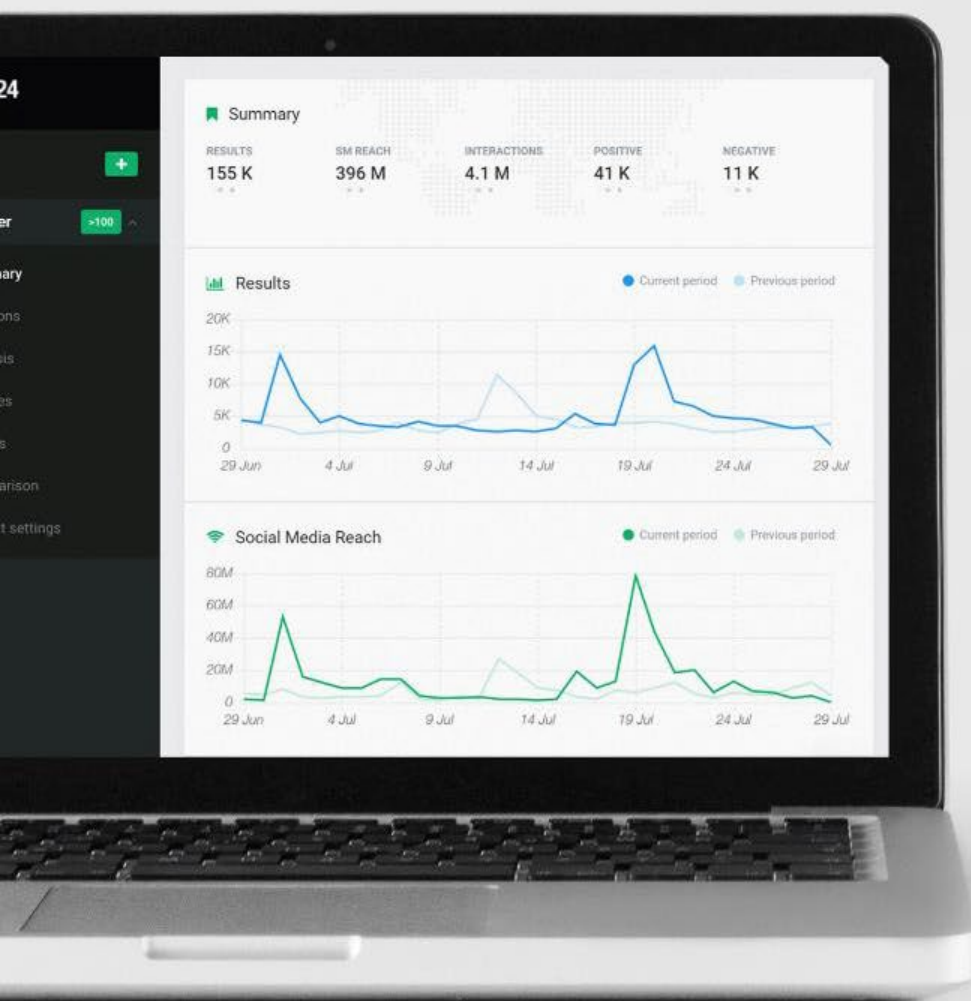
- ▶ ochronę wizerunku, dzięki szybkiemu dostępowi do dyskusji na temat firmy czy produktu o największym zasięgu,
- ▶ analizę efektywności działań marketingowych, pozwalającą na optymalizację jej kosztów,
- ▶ analizę działań konkurencji,
- ▶ identyfikację osób komunikujących wątki związane z marką i nawiązanie 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

Skonsolidowany raport za III kwartał 2021 **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

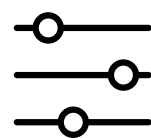
Zbieranie informacji zwrotnej od konsumentów publikujących opinie w Internecie. Zdobywanie wiedzy, którą można wykorzystać w poprawie komunikacji lub produktu.

Technologia

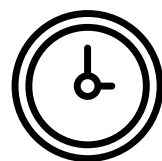
Technologia wykorzystywana przez Grupę została stworzona wewnętrznie przez zespół założycieli i pracowników Spółki. Technologia ta jest cały czas rozwijana a jej cechami charakterystycznymi są:

- ▶ 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.

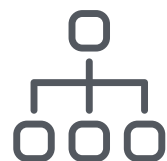
Oprogramowanie dostarczane jest w formacie SaaS (ang. Software as a Service) w chmurze publicznej w kilku wariantach abonamentowych w wersjach dedykowanych rynkowi polskiemu oraz wersji globalnej.



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.

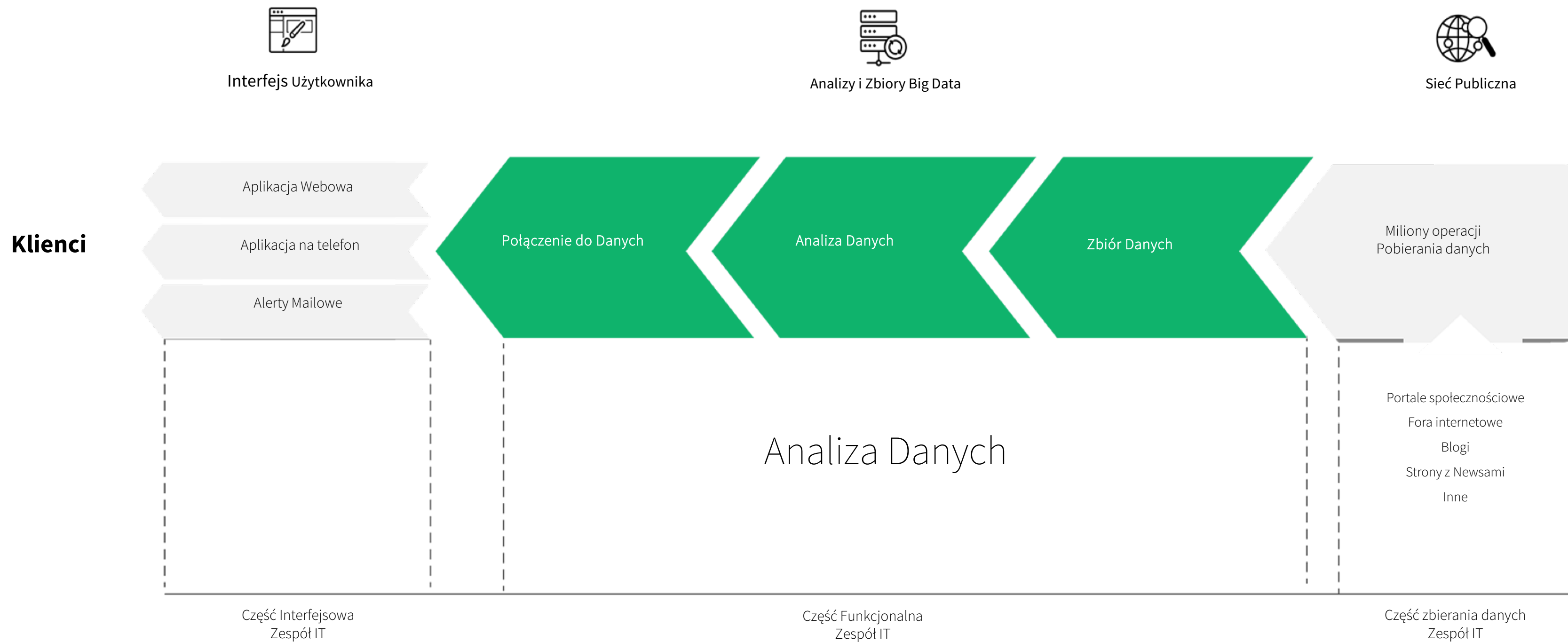
Sprzedaż produktu w formie SaaS polega na zdalnym udostępnianiu oprogramowania przez Internet. W ramach SaaS świadczone są m.in. usługi wspomagające zarządzanie przedsiębiorstwem oraz sprzedaż produktów i usług przez nie oferowanych. Przychody spółek z branży SaaS generowane są głównie poprzez pobieranie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

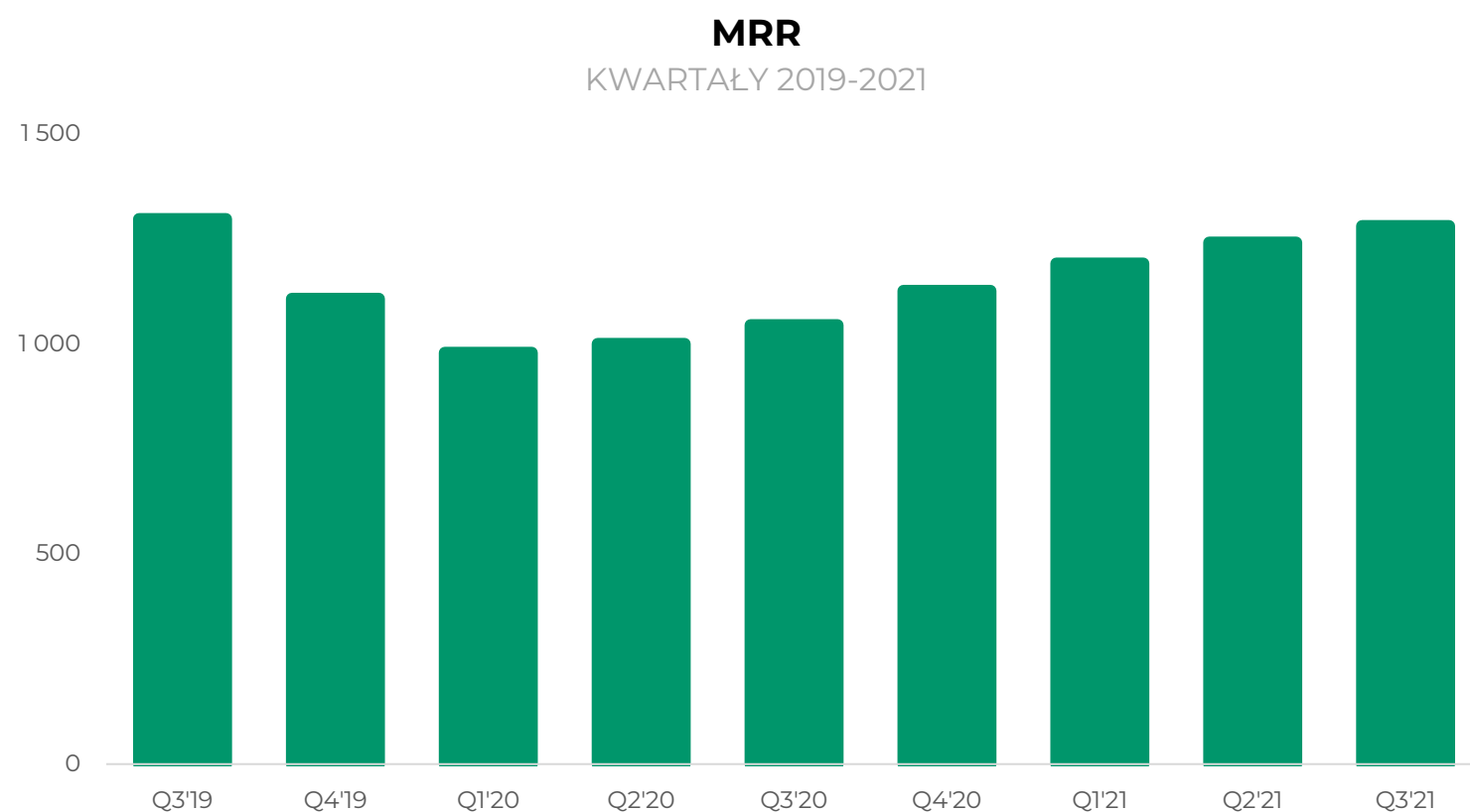


3. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

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. miesięcznych przychodów z abonamentów rozwiązania Brand24 wyrażonej przez MRR na koniec poszczególnych kwartałów w latach 2019-2021.

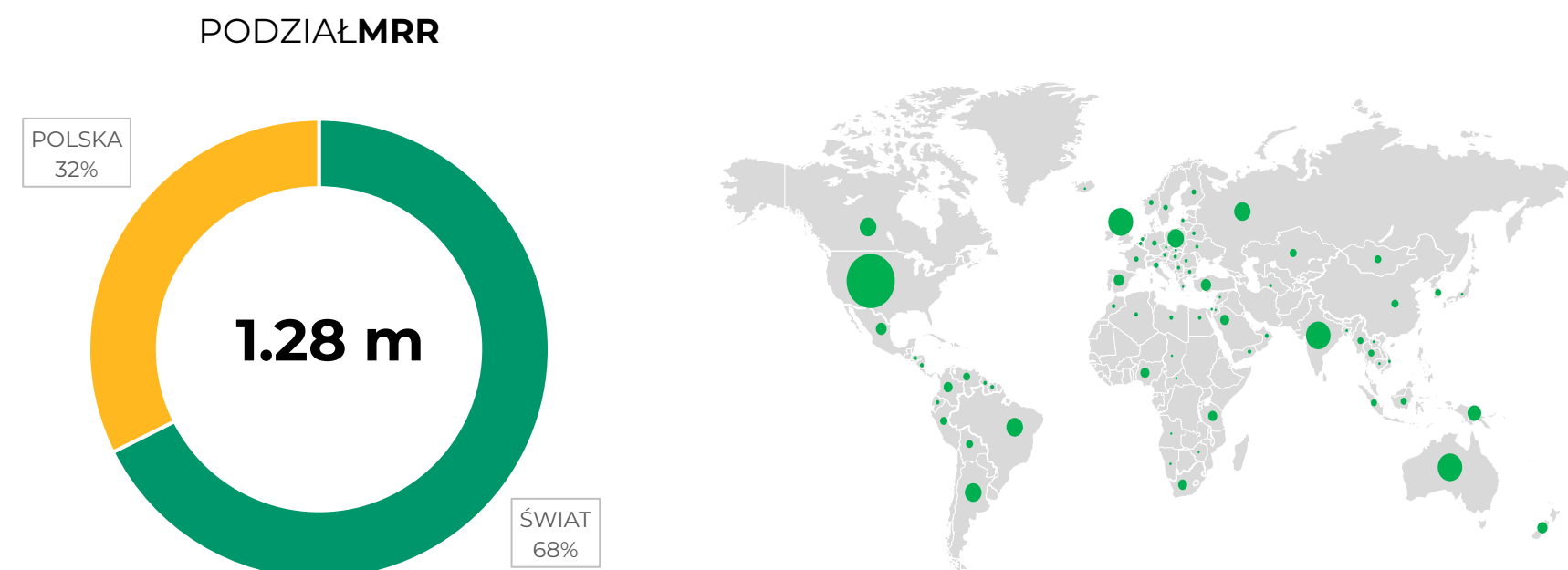


Większość klientów Grupy Brand 24 wykorzystuje oprogramowanie na potrzeby własne. W pozostałym zakresie klienci korzystający z rozwiązania Brand24 to agencje (interaktywne, SEM/SEO, PR, domy mediowe), wykorzystujące oprogramowanie przy projektach wykonywanych na rzecz podmiotów trzecich.

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 przychodów MRR Grupy Brand 24 według stanu na koniec trzeciego kwartału 2021 roku.



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

3. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

NAJWAŻNIEJSZE WYDARZENIA W OKRESIE I-III KWARTAŁÓW 2021 ORAZ DO DNIA SPORZĄDZENIA SPRAWOZDANIA

Skonsolidowany raport za III kwartał 2021 **BRAND24**

Zdarzenia operacyjne

Poniżej przedstawiono najważniejsze wydarzenia o charakterze operacyjnym jakie miały miejsce w okresie I-III kwartałów 2021 roku oraz po zakończeniu okresu sprawozdawczego:

- ▶ **Uruchomienie produktu Custom Reports** – usługa dedykowanych raportów tworzonych przez analityków Brand24 dostępna dla klientów z całego świata
- ▶ **Wdrożenie nowej metryki Presence Score** pozwalającej mierzyć obecność marki / tematu w Internecie. Wskaźnik ten może pomóc w ocenie działań marketingowych i PR, zapewniając sposób pomiaru obecności / popularności w Internecie.
- ▶ **Tredning Links** - nowa funkcja narzędzia pozwalająca lepiej zrozumieć kontekst dyskusji na temat marki klienta
- ▶ **Wdrożenie wskaźnika User Generated Content** pozwalającego mierzyć liczbę wpisów na temat marki wygenerowaną przez użytkowników portali społecznościowych
- ▶ **Responsywna wersja zakładki Wyniki**, dzięki której użytkownicy mogą przeglądać wpisy na temat swojej marki w przyjazny sposób na urządzeniach mobilnych
- ▶ **Przyspieszenie pracy produktu** pod obsługę większych marek
- ▶ **Rozpoczęcie procesu aktualizacji cennika produktowego** dla poszczególnych grup odbiorców

Inne istotne wydarzenia

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 [rynku podstawowym] prowadzonym przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. ["GPW"] wszystkich 2.157.843 akcji Emitenta.

W dniu 7 maja 2021 r. GPW podjęła uchwały odpowiednio w sprawie: [a] wykluczenia Akcji z alternatywnego systemu obrotu na rynku NewConnect w związku z dopuszczeniem ich do obrotu giełdowego na Głównym Rynku GPW [pod warunkiem dopuszczenia Akcji do obrotu giełdowego na Głównym Rynku GPW], [b] dopuszczenia Akcji z dniem 11 maja 2021 r. do obrotu giełdowego na rynku podstawowym, [c] wprowadzenia Akcji z dniem 11 maja 2021 r. do obrotu giełdowego na rynku podstawowym.

W dniu 10 maja 2021 roku Dolnośląska Instytucja Pośrednicząca poinformowała o spełnieniu wszystkich kryteriów wyboru oraz wybraniu do dofinansowania wniosku złożonego przez Emitenta dotyczącego realizacji projektu innowacyjnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Dolnośląskiego 2014-2020 Działanie: 1.2 Innowacyjne przedsiębiorstwa Poddziałanie: 1.2.1 Innowacyjne przedsiębiorstwa – konkurs horyzontalny Schemat: 1.2 A Wsparcie dla przedsiębiorstw chcących rozpocząć lub rozwinąć działalność B+R. Projekt, którego dotyczy wniosek to "Abstrakcyjna sumaryzacja danych multimodalnych". Szczegółowe informacje nt. tego projektu zostały opisane w punkcie dedykowanym informacjom nt. badań i rozwoju. Projekt będzie zrealizowany do końca 2023 roku. Wartość projektu wynosi ok. 6,4 mln zł kosztów całkowitych (w tym kwota dofinansowania to ok. 3,8 mln zł). Umowa z Dolnośląską Instytucją Pośredniczącą została podpisana w dniu 28 lipca 2021 roku.

W dniu 25 czerwca 2021 r. Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki powołało Członków Rady Nadzorczej na okres kolejnej, wspólnej trzyletniej kadencji.

W dniu 29 października 2021 r. Zarząd Emitenta, w ramach kontynuacji obowiązujących w Spółce mechanizmów motywujących kluczową kadre kierowniczą, podjął decyzję o zamiarze rekomendowania Walnemu Zgromadzeniu przyjęcia programu motywacyjnego na lata 2021-2023. Decyzje o wprowadzeniu programu motywacyjnego oraz jego ewentualne warunki zostaną podjęte na Nadzwyczajnym Walnym Zgromadzeniu zwołanym na dzień 29 listopada 2021 r.

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

3. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

NAJWAŻNIEJSZE WYDARZENIA W 2021 ORAZ DO DNIA SPORZĄDZENIA SPRAWOZDANIA

Skonsolidowany raport za III kwartał 2021 **BRAND24**

Umowy finansowe

W dniu 1 kwietnia 2021 r. Emitent zawarł z akcjonariuszem tj. Venture INC ASI S.A. umowę pożyczki w kwocie nie przekraczającej 2.000 tys. zł, jednocześnie maksymalne zadłużenie na dany dzień w ramach pożyczki nie może przekraczać kwoty 1.000 tys. zł. Pożyczka będzie wypłacana w transzach stosownie do bieżących potrzeb Emitenta związanych z finansowaniem działalności operacyjnej. Termin obowiązywania ww. umowy pożyczki został określony na koniec 2022 roku. Na dzień sporządzenia niniejszego raportu kwota zadłużenia z tytułu ww. pożyczki wynosi ok. 999 tys. zł. Po zakończeniu okresu sprawozdawczego wartość limitu pożyczkowego uległa zwiększeniu z 2.000 tys. zł do 2.900 tys. zł.

Ponadto 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 2022 roku. Dodatkowo Grupa posiadała w okresie sprawozdawczym dodatkowe finansowanie w ramach umowy z Uncapped LTD. Spłata jest uzależniona od generowanych przychodów Grupy. Na dzień sporządzenia niniejszego raportu Grupa nie korzystała z tego finansowania.

W ramach zarządzania ryzykiem walutowym oraz ograniczenia wpływu ryzyka walutowego na wyniki finansowe, Grupa zawierała kontrakty typu Window Forward odpowiednio:

- ▶ o wartości ok. 1,90 mln zł po kursie 1 USD = 3,80 PLN z terminem rozliczenia przypadających na czerwiec 2022 roku
- ▶ o wartości ok. 1,945 mln zł po kursie 1 USD = 3,89 PLN z terminem rozliczenia przypadających na sierpień 2022 roku.
- ▶ o wartości ok. 0,788 mln zł po kursie 1 USD = 3,94 PLN z terminem rozliczenia przypadających na wrzesień 2022 roku.
- ▶ o wartości ok. 0,513 mln zł po kursie 1 USD = 3,945 PLN z terminem rozliczenia przypadających na listopad 2022 roku.

W trzecim kwartale 2021 roku spółki z Grupy Kapitałowej Brand 24 nie udzielały pożyczek, poręczeń lub gwarancji.

W związku z zawarciem umowy pożyczki z Venture INC o której mowa powyżej w drugim kwartale 2021 r. Emitent udzielił wekslu in blanco do kwoty 1.050 tys. zł.

Na dzień 30 września 2021 roku oraz na dzień publikacji niniejszego raportu Emitent nie posiadał udzielonych poręczeń lub gwarancji jak również innych wystawionych weksli.

Transakcje z podmiotami powiązanymi

W okresie I-III kwartałów 2021 roku Emitent nie zawierał transakcji z podmiotami powiązanymi na warunkach innych niż rynkowe.

Emisje papierów wartościowych

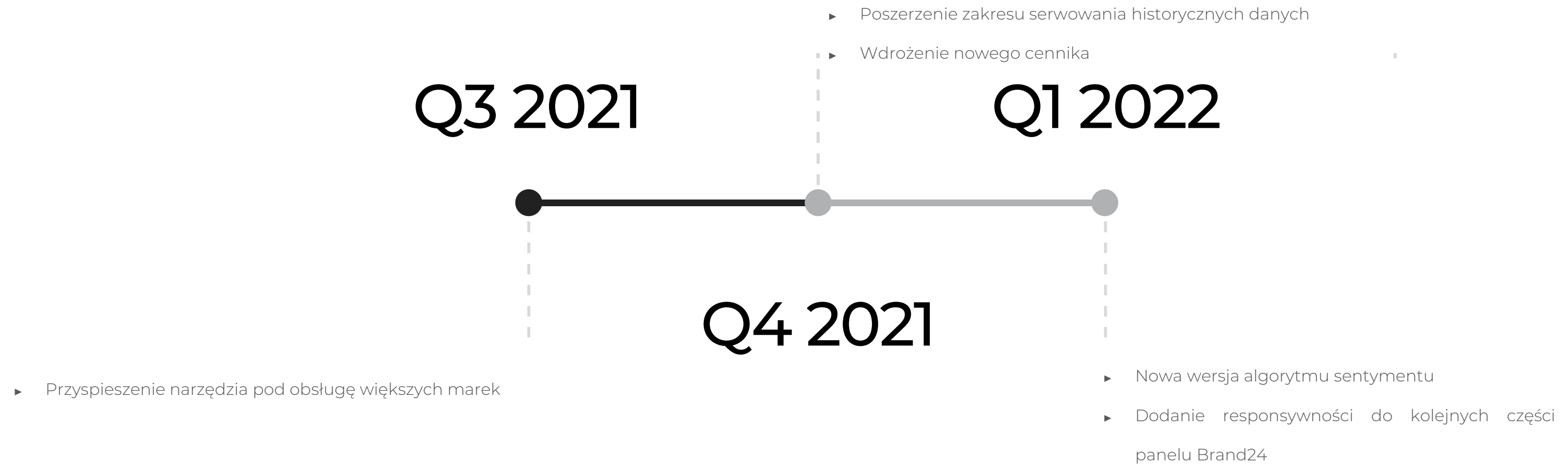
W okresie I-III kwartałów 2021 roku nie miały miejsca emisje papierów wartościowych.

Inwestycje

W III kwartale 2021 roku poniesione zostały nakłady inwestycyjne na prace rozwojowe nad produktem w wysokości 552 tys. zł. Grupa stale rozwija swój produkt, tak aby sprostać potrzebom klientów i utrzymać konkurencyjność na rynku.

PLANY PRODUKTOWE

Najważniejsze projekty na roadmapie produktowej na najbliższe miesiące



STRATEGIA



STRATEGIA GRUPY BRAND 24



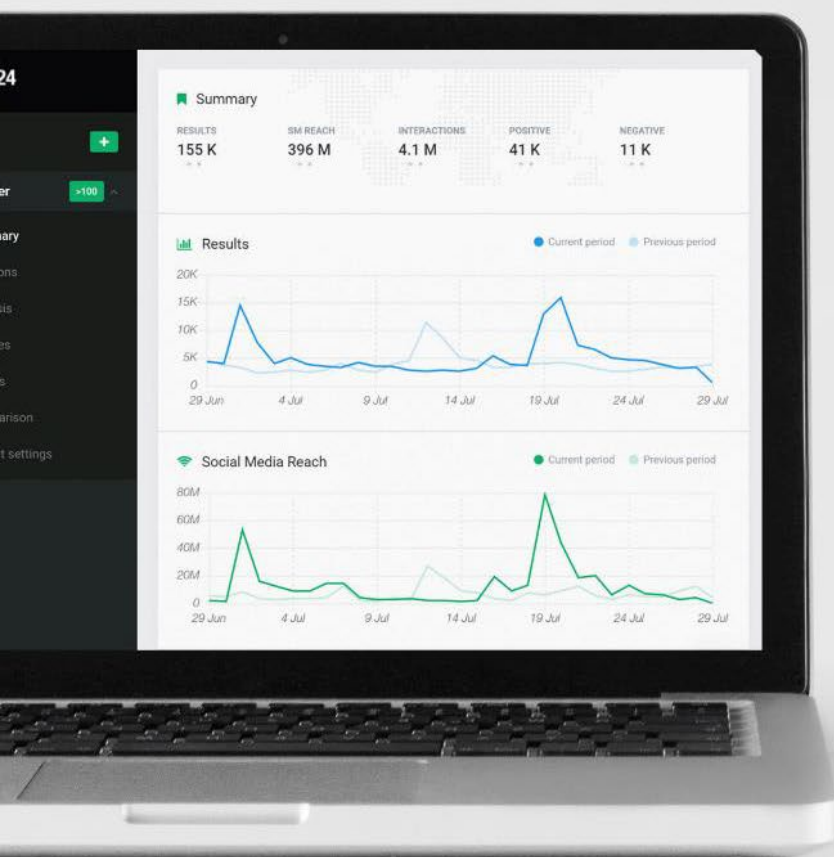
CZYNNIKI, KTÓRE WPŁYNĄ NA PRZYSZŁE WYNIKI



RYZYZKO PROWADZONEJ DZIAŁALNOŚCI

- ▶ ryzyko operacyjne
- ▶ ryzyko finansowe

4. CZYNNIKI, KTÓRE WPŁYNĄ NA PRZYSZŁE WYNIKI



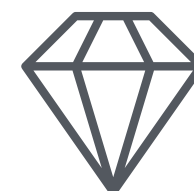
Poniżej zamieszczono informacje nt. wybranych czynników które w ocenie Emitenta będą miały wpływ na przyszłe wyniki:

- ▶ wdrażane nowości produktowe,
- ▶ zmiany w strukturze produktowej na korzyść zaawansowanych rozwiązań analitycznych;
- ▶ rozwój pandemii koronawirusa COVID-19,
- ▶ tempo pozyskiwania nowych klientów;
- ▶ poziom retencji klientów,
- ▶ struktura geograficzna klientów,
- ▶ dostępność danych objętych monitoringiem narzędzia Brand24,
- ▶ zmiany kursów walut;
- ▶ czynniki wpływające na koszty działalności – w szczególności w obszarze wynagrodzeń oraz usług obcych;
- ▶ prawidłowa realizacja projektu innowacyjnego „Abstrakcyjna sumaryzacja danych multimodalnych”.

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 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 internetowe 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. W drugim kwartale 2021 roku wystartowała kampania cross-sellowej Custom Reports do istniejących i byłych klientów Brand24.

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 przestoju, 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 związane z umową dofinansowania projektu innowacyjnego	Współfinansowanie projektu "Abstrakcyjna sumaryzacja danych multimodalnych" (Projekt) z środków publicznych zobowiązuje Spółkę do spełniania szeregu rygorystycznych wymogów formalno-prawnych przy jego realizacji. Nie można wykluczyć ryzyka zakwestionowania, przez instytucję finansującą, sposobu realizacji Projektu, co może spowodować zmniejszenie ostatecznej kwoty dofinansowania lub też nawet ewentualność zwrotu przyznanego dofinansowania. Taki scenariusz skutkowałby koniecznością zaangażowania dodatkowych własnych środków finansowych celem dokończenia i rozliczenia Projektu.

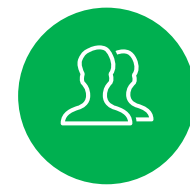
Ryzyko finansowe	Opis ryzyka
Ryzyko związane ze zmianami kursów walut	<p>Grupa narażona jest na ryzyko kursowe w związku z istotnym udziałem sprzedaży realizowanej w walucie obcej. Ryzyko walutowe Brand 24 S.A. wynika bezpośrednio z ponoszenia większości kosztów działalności bieżącej w PLN z uwagi na 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>

INFORMACJE KORPORACYJNE



AKCJE I AKCJONARIAT

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



WŁADZE

- ▶ Zarząd
- ▶ Rada Nadzorcza

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.

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.

W dniu 2 listopada 2021 roku zwołane zostało na dzień 29 listopada 2021 r. NWZ spółki w którego planowanym porządku obrad umieszczone zostały m.in. następujące punkty:

- ▶ podjęcie uchwały w sprawie przyjęcia w Spółce Programu Motywacyjnego na lata 2021-2023.
- ▶ podjęcie uchwały w sprawie emisji warrantów subskrypcyjnych imiennych serii C z prawem do objęcia akcji zwykłych na okaziciela serii K oraz pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru warrantów subskrypcyjnych imiennych serii C w związku z Programem Motywacyjnym dla Zarządu, kluczowych pracowników i współpracowników Spółki.
- ▶ podjęcie uchwały w sprawie warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego w drodze emisji akcji zwykłych na okaziciela serii K, pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru akcji zwykłych na okaziciela serii K, zmian Statutu Spółki oraz w sprawie ubiegania się o dopuszczenie akcji serii K do obrotu na rynku regulowanym oraz dematerializacji akcji serii K.

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.

Wykluczenie akcji z obrotu w systemie NewConnect oraz wprowadzenie akcji do obrotu na rynku regulowanym

W dniu 7 maja 2021 r. GPW podjęła w odniesieniu do wszystkich tj. 2.157.843 akcji Emitenta uchwały odpowiednio w sprawie:

[a] wykluczenia Akcji z alternatywnego systemu obrotu na rynku NewConnect w związku z dopuszczeniem ich do obrotu giełdowego na Głównym Rynku GPW [pod warunkiem dopuszczenia Akcji do obrotu giełdowego na Głównym Rynku GPW],

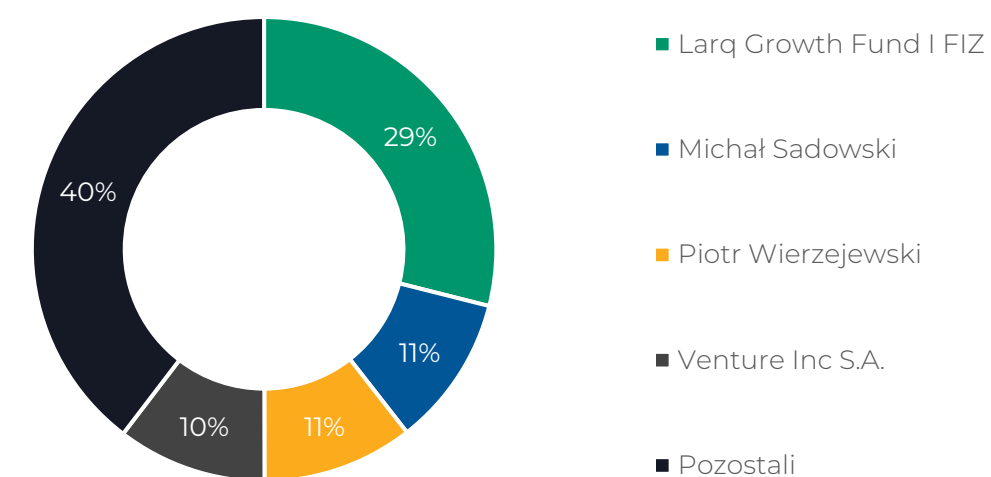
[b] dopuszczenia Akcji z dniem 11 maja 2021 r. do obrotu giełdowego na rynku podstawowym,

[c] wprowadzenia Akcji z dniem 11 maja 2021 r. do obrotu giełdowego na rynku podstawowym. Akcje są notowane w systemie notowań ciągłych pod nazwą skróconą "BRAND24" i oznaczeniem "B24".

Struktura akcjonariatu

Poniżej zaprezentowano strukturę akcjonariatu Brand 24 S.A. na dzień przekazania poprzedniego raportu okresowego oraz na dzień publikacji raportu za trzeci kwartał 2021:

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%
RAZEM	2 157 843	100.00%



W okresie od dnia publikacji poprzedniego raportu okresowego Spółka nie otrzymała informacji dotyczących zmian w akcjonariacie.

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).

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.

Program daje możliwość, aby część akcji (nie więcej niż 50% pakietu przeznaczony 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.

W dniu 2 listopada 2021 roku zwołane zostało na dzień 29 listopada 2021 r. NWZ spółki w którego planowanym porządku obrad umieszczony został m.in. punkt poświęcony przyjęciu w Spółce Programu Motywacyjnego na lata 2021-2023. Szczegółowe informacje nt. projektu Programu Motywacyjnego na lata 2021-2023 zostały zamieszczone w raporcie bieżącym nr 20/2021.

Akcje i uprawnienia do akcji w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących

Członkowie Zarządu Spółki tj. Michał Sadowski oraz Piotr Wierzejewski posiadali na dzień sporządzenia poprzedniego raportu okresowego oraz na dzień sporządzenia niniejszego raportu po 227.028 akcji Spółki uprawniających do takiej samej liczby głosów co odpowiada w odniesieniu do każdej z ww. osób za 10,52% kapitału zakładowego/ogólnej liczbie głosów w Spółce.

Osoby nadzorujące nie posiadały na dzień sporządzenia poprzedniego raportu okresowego oraz na dzień sporządzenia niniejszego raportu akcji Spółki.

Osoby zarządzające i nadzorujące nie posiadały na dzień sporządzenia poprzedniego raportu okresowego oraz na dzień sporządzenia niniejszego raportu uprawnień do akcji Spółki.

Zarząd

W trzecim kwartale 2021 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

Na dzień 1 stycznia 2021 r. w skład Rady Nadzorczej Spółki wchodziły następujące osoby:

- ▶ Tomasz Łużak - Przewodniczący Rady Nadzorczej,
- ▶ Jakub Kurzynoga - Członek Rady Nadzorczej,
- ▶ Mariusz Ciepty - Członek Rady Nadzorczej,
- ▶ Karol Wnukiewicz - Członek Rady Nadzorczej,
- ▶ Adam Michalewicz - Członek Rady Nadzorczej.

W dniu 25 czerwca 2021 r. Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki powołało dotychczasowych Członków Rady Nadzorczej na okres kolejnej, wspólnej trzyletniej kadencji.

POZOSTAŁE INFORMACJE



- ▶ zasady sporządzenia sprawozdań finansowych
- ▶ postępowania przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej
- ▶ informacja o zatrudnieniu
- ▶ osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju
- ▶ inne informacje, które zdaniem Spółki są istotne dla sytuacji Spółki i Grupy Kapitałowej
- ▶ oświadczenie Zarządu Brand 24 S.A.

Zasady sporządzenia sprawozdań finansowych

Sporządzając sprawozdania finansowe za III kwartał 2021 roku zastosowano regulacje zawarte w MSR 34 „Śródroczna sprawozdawczość finansowa” stosując te same zasady dla okresu bieżącego i porównywalnego. Rozszerzony skonsolidowany okresowy raport za III kwartał 2021 roku został sporządzony zgodnie z § 66 ust. 1-11 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 29 marca 2018 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych [...] i obejmuje dane finansowe Spółki oraz Grupy Kapitałowej Emitenta. Jednocześnie Spółka informuje, iż działając na podstawie § 62 ust 1 ww. rozporządzenia Spółka nie przekazuje odrębnego kwartalnego raportu jednostkowego.

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

W okresie I-III kwartałów 2021 roku oraz na dzień publikacji niniejszego raportu przeciwko Spółce lub Spółce Zależnej nie toczyły się żadne postępowania przed jakimkolwiek sądem ani też organem administracji publicznej.

Informacja o zatrudnieniu

Przeciętne zatrudnienie w III kwartale 2021 roku wynosiło 19,46 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 trzecim kwartale 2021 roku Emitent współpracował z ok. 41 osobami świadczącymi na jego rzecz usługi, głównie w zakresie wsparcia informatycznego. Spółka Zależna nie współpracuje z jakimkolwiek 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 trzecim kwartale 2021 roku Grupa kontynuowała prace nad usprawnieniem i rozwojem narzędzia informatycznego będącego podstawą świadczenia przez Grupę usług swoim klientom.

Na dzień 30 września 2021 roku kwota niezakończonych prac rozwojowych wyniosła 1.647 tys. PLN. Nakłady na te prace stanowią głównie usługi informatyczne. Koszty trwających prac rozwojowych są prezentowane w pozycji „Wartości niematerialne” w aktywach Spółki.

Spółka realizuje również projekt innowacyjny pn. "Abstrakcyjna sumaryzacja danych multimodalnych". Zakładanym efektem projektu jest stworzenie metody generowania opisowego podsumowania zbioru wzmianek, zawierającego elementy statystycznego wnioskowania o pozyskanych semantycznych informacjach. W tym celu stworzone zostaną mn. oparte na sztucznej inteligencji mechanizmy ekstrakcji informacji z tekstu, takie jak analiza emocji, wykrywanie aspektów czy analiza tematyczna, które znajdą także niezależne zastosowanie w produkcie, np. jako filtr wzmianek czy element zakładki Analiza. Planowane prace są nowatorskie względem obecnego stanu rozwoju nauki, głównie z powodu konieczności rozwiązania problemu wielojęzyczności wzmianek zbieranych przez Brand24 oraz ich multimodalności. Projekt będzie zrealizowany do końca 2023 roku.

Inne informacje, które zdaniem Spółki są istotne dla sytuacji Spółki i Grupy Kapitałowej

Poza informacjami zamieszczonymi w niniejszym raporcie Zarząd Emitenta nie identyfikuje innych informacji, które zdaniem Spółki są istotne dla oceny sytuacji kadrowej, majątkowej, finansowej, wyniku finansowego i ich zmian dla Spółki oraz Grupy Kapitałowej, oraz informacji, które są istotne dla oceny możliwości realizacji zobowiązań przez Spółkę i Jednostkę Zależną.

BRAND24

KONTAKT DLA INWESTORÓW



Sebastian Krawczyk
MakMedia Group



+48 608 590 417



investors@brand24.com



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