

BRAND24

**SKONSOLIDOWANY RAPORT
ZA I KWARTAŁ 2022 ROKU
GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24**

DATA PUBLIKACJI – 18 MAJA 2022 ROKU

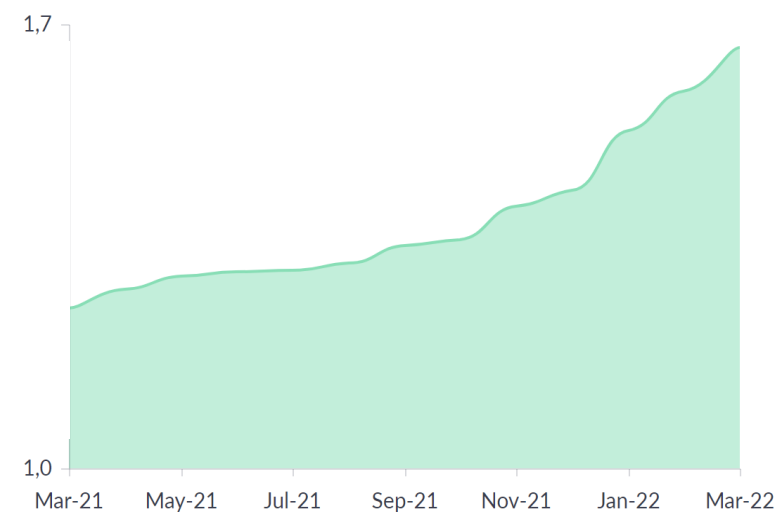
WROCŁAW

PODSUMOWANIE

BRAND 24

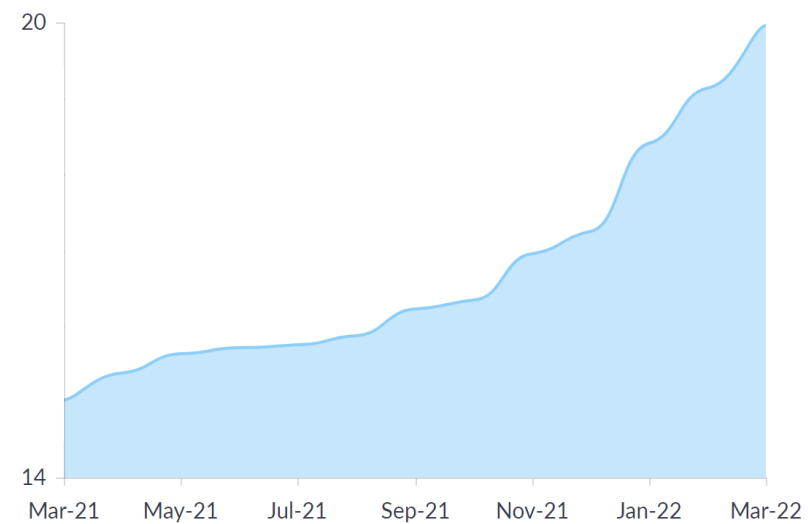
1.67 mln (+0.4 mln)

miesięcznych powtarzalnych przychodów
(MRR - Monthly Recurring Revenue)
na koniec Q1'22 (vs. Q1'21) [PLN]



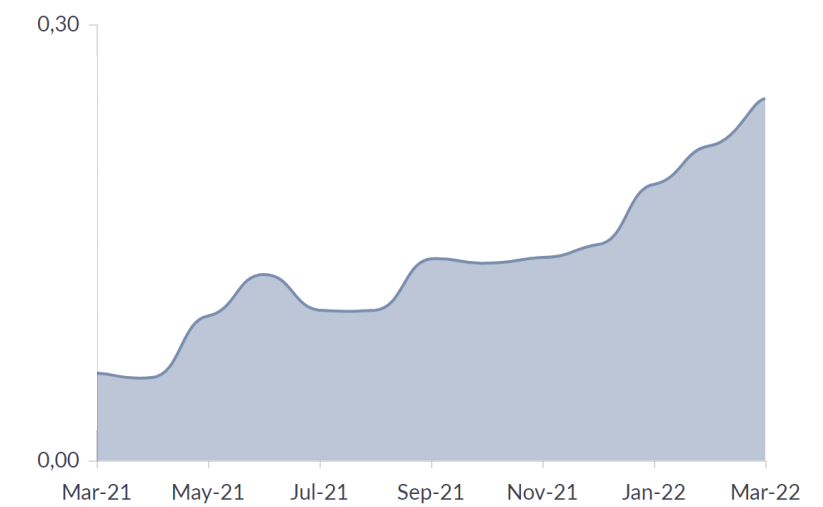
20.0 mln (+4.9mln)

ARR* - Annual Run Rate
na koniec Q1'22 (vs. Q1'21) [PLN]



0.7 mln (+0.5 mln)

skonsolidowany EBIT*
za Q1'22 (vs. Q1'21) [PLN]



MRR - Termin MRR [ang. Monthly Recurring Revenue] obliczany jest wartość przychodów uzyskanych z miesięcznych płatności abonamentów subskrypcyjnych
ARR - Annual Run Rate (roczna kalkulacja przychodów obliczona jako dwunastokrotność zaprezentowanego w niniejszym raporcie MRR)
EBIT - Wynik operacyjny bez uwzględnienia kosztów wyceny Programu Motywacyjnego

SPIS TREŚCI

1	WYBRANE DANE FINANSOWE	str. 4-6
---	---------------------------	----------

2	SYTUACJA FINANSOWA	str. 7-12
	Omówienie danych operacyjnych	
	Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa	

3	DZIAŁALNOŚĆ GK BRAND 24	str. 13-21
	Informacja nt. Grupy Kapitałowej Brand 24	
	Działalność Grupy Kapitałowej	
	Model biznesowy – oferta produktowa	
	Odbiorcy usług	
	Najważniejsze wydarzenia w Q1 2022 oraz do dnia sporządzenia sprawozdania	
	Obszar finansowy	
	Umowy finansowe	
	Transakcje z podmiotami powiązanymi	
	Emisje papierów wartościowych	
	Inwestycje	

4	STRATEGIA	str. 22-28
	Strategia Brand 24	

5	INFORMACJE KORPORACYJNE	str. 29-34
	Akcje i akcjonariat	
	Struktura kapitału zakładowego	
	Struktura akcjonariatu	
	Program motywacyjny	
	Akcje w obrocie na rynku regulowanym	
	Władze	
	Zarząd	
	Rada Nadzorcza	

6	POZOSTAŁE INFORMACJE	str. 35-36
	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	



W Y B R A N E

DANE FINANSOWE

1. WYBRANE SKONSOLIDOWANE DANE FINANSOWE GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

Skonsolidowany raport za 1 kwartał 2022 **BRAND24**

Pozycja	w tys. PLN		w tys. EUR	
	Q1 '22	Q1 '21	Q1 '22	Q1 '21
Przychody ze sprzedaży	4 950	3 539	1 065	774
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	3 007	1 854	647	406
EBITDA	1 237	677	266	148
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	656	134	141	29
Zysk (strata) netto	469	35	101	8
	31.03.2022	31.12.2021	31.03.2022	31.12.2021
Aktywa razem	11 647	11 393	2 503	2 477
Aktywa obrotowe	3 083	2 958	663	643
Kapitał własny	4 943	4 485	1 062	975
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	6 704	6 908	1 441	1 502
Zobowiązania długoterminowe	2 249	2 484	483	540

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 31 marca 2022 roku 1 EUR = 4,6525 PLN
- ▶ kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2021 roku 1 EUR = 4,5994 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 marca 2022 roku 1 EUR = 4,6472 PLN
- ▶ w okresie od 1 stycznia do 31 marca 2021 roku 1 EUR = 4,5721 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 '22	Q1 '21	Q1 '22	Q1 '21
Przychody ze sprzedaży	4 823	3 508	1 038	767
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	3 056	1 952	658	427
EBITDA	1 300	793	280	173
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	720	249	155	55
Zysk (strata) netto	504	111	108	24
	31.03.2022	31.12.2021	31.03.2022	31.12.2021
Aktywa razem	11 434	11 361	2 457	2 470
Aktywa obrotowe	3 012	3 022	647	657
Kapitał własny	5 193	4 689	1 116	1 020
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	6 240	6 672	1 341	1 451
Zobowiązania długoterminowe	2 249	2 484	483	540

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 31 marca 2022 roku 1 EUR = 4,6525 PLN
- ▶ kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2021 roku 1 EUR = 4,5994 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 marca 2022 roku 1 EUR = 4,6472 PLN
- ▶ w okresie od 1 stycznia do 31 marca 2021 roku 1 EUR = 4,5721 PLN

SYTUACJA FINANSOWA



OMÓWIENIE DANYCH OPERACYJNYCH –
CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA DANE FINANSOWE



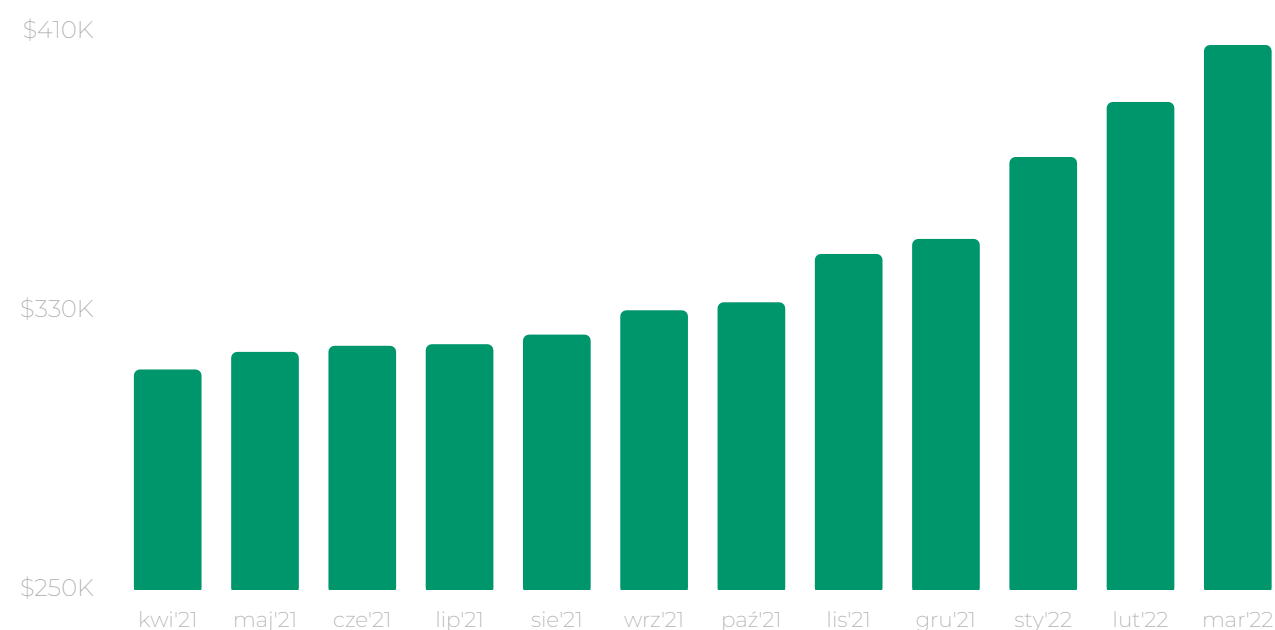
WYNIKI FINANSOWE ORAZ SYTUACJA MAJĄTKOWA



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.

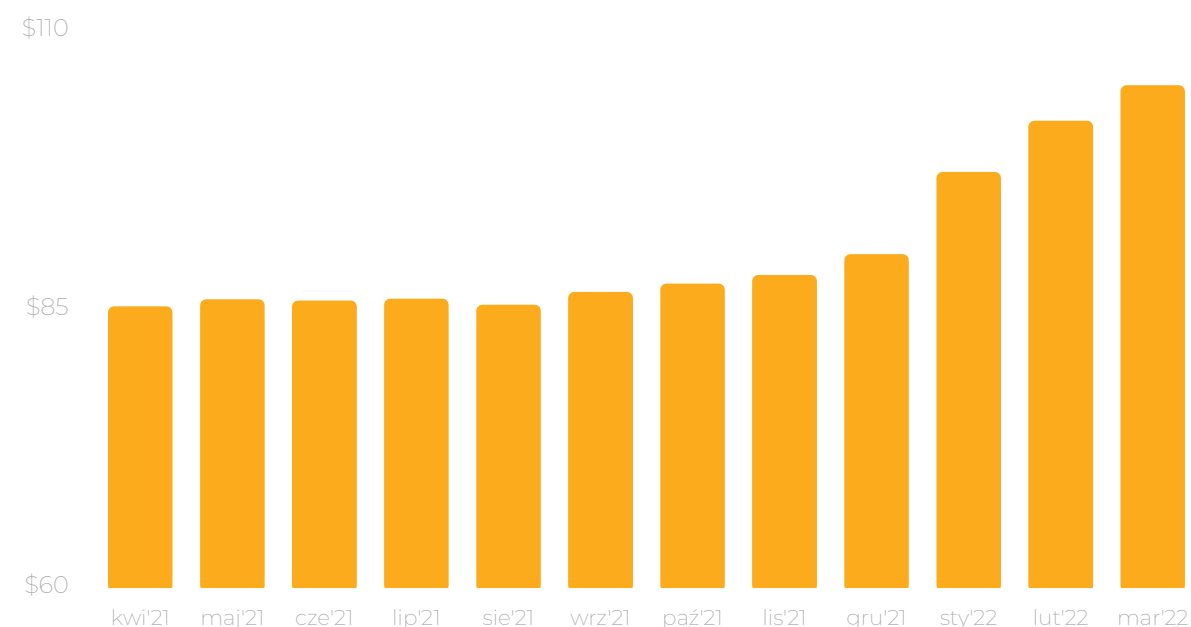
W okresie 1 kwartału 2022 roku Grupa zwiększyła MRR o 21% w ujęciu kwartał do kwartału. Większy wzrost to efekt m. in. zmiany cen dla istniejących klientów; przebudowa cennika dla nowych klientów oraz koniec okresu promocyjnego związanego Black Friday.

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 1 kwartału 2022 roku operacyjny MRR wynosił \$404K (1 666 kPLN).

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 pierwszego kwartału 2022 roku wzrósł do poziomu \$104 (430 PLN), co oznacza wzrost o 22% w ujęciu kwartał do kwartału. Grupa rozpoczęła proces aktualizacji cennika produktowego dla poszczególnych grup klientów w poprzednim kwartale i obecnie większość klientów ma już wdrożony cennik.

Jednocześnie ARPU tylko na nowych klientach urosło do poziomu \$120 (495 PLN) co oznacza wzrost o 40% w porównaniu do okresu przed zmianą cennika oraz przestrzeń na dalsze wzrosty tego wskaźnika.

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, wynosząc już 64% (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:

- ▶ zmiana cennika dla nowych klientów w listopadzie 2021 r.
- ▶ geograficzny podział klientów korzystających z narzędzia Brand 24
- ▶ wybierane przez klientów plany abonamentowe
- ▶ kurs dolara, w którym prowadzony jest cennik wersji brand24.com

Pozycja	w tys. PLN		
	Q1 '22	Q1 '21	Zmiana
Przychody netto ze sprzedaży	4 950	3 539	1 411
Koszty sprzedanych produktów	1 943	1 685	257
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	3 007	1 854	1 153
Koszty sprzedaży	1 289	920	369
Pozostałe koszty ogólnego zarządu	1 049	777	272
Pozostałe przychody operacyjne	0	0	0
Pozostałe koszty operacyjne	14	24	(10)
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	656	134	522
EBITDA	1 237	677	559
Przychody finansowe	19	-	19
Koszty finansowe	99	82	17
Zysk (strata) brutto	576	52	524
Zysk (strata) netto	469	35	434

Grupa Brand 24 zakończyła 1 kwartał 2022 roku ze skonsolidowanymi przychodami na poziomie 5.0 mln zł. W omawianym okresie wskaźnik MRR wzrósł o 21% w stosunku do poprzedniego kwartału, co było głównie związane z wprowadzonymi zmianami w cenniku narzędzia Brand24 cenniku oraz wprowadzonymi zmianami w produkcie opisanymi szczegółowo w niniejszym raporcie. Na ostateczny wynik przychodów Grupy mają wpływ MRR, pozostałe przychody niesubskrypcyjne oraz kursy walut.

Wyższe przychody Grupy przekładają się na pozostałe wyniki operacyjne. Skonsolidowana EBITDA Grupy wyniosła w 1 kwartale 2022 1.2 mln PLN, co oznacza wzrost o 83% w stosunku do analogicznego okresu w roku poprzednim. Baza kosztów operacyjnych w 1 kwartale br. wzrosła w porównaniu do poprzedniego kwartału. Grupa cały czas inwestuje w rozwój produktu, nie tylko poprzez inwestycje w produkt, ale także w koszty pozyskania klienta.

W pierwszym kwartale 2022 r. Grupa wypracowała 656 tys. PLN zysku operacyjnego i obecnie skupia się na dalszej poprawie marżowości operacyjnej biznesu, poprzez zmiany w cenniku oraz sprzedaży nowego produktu.

W porównaniu do 4 kwartału 2021 roku zysk z działalności operacyjnej poprawił się z 423 tys. PLN do 656 tys. PLN.

W omawianym okresie zysk netto wyniósł 469 tys. PLN w porównaniu do 35 tys. PLN z analogicznego okresu poprzedniego roku.

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

2. WYNIKI FINANSOWE ORAZ SYTUACJA MAJĄTKOWA GK BRAND 24

Skonsolidowany raport za 1 kwartał 2022 **BRAND24**

AKTYWA Pozycja	w tys. PLN		
	31.03.2022	31.12.2021	Zmiana
Aktywa trwałe	8 564	8 435	129
Rzeczowe aktywa trwałe	90	73	17
Aktywa z tytułu prawa do użytkowania	1 696	1 933	(238)
Wartości niematerialne	5 871	5 463	409
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	835	893	(58)
Pozostałe aktywa trwałe	72	72	(0)
Aktywa obrotowe	3 083	2 958	125
Należności handlowe	467	712	(246)
Należności z tytułu bieżącego podatku dochodowego	-	-	-
Pozostałe należności	372	329	43
Rozliczenia międzyokresowe	277	186	91
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	1 967	1 731	236
Aktywa razem	11 647	11 393	254

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		
	31.03.2022	31.12.2021	Zmiana
Kapitał własny	4 943	4 485	458
Kapitał podstawowy	220	220	-
Kapitał zapasowy	7 831	7 831	-
Pozostałe kapitały	4 628	4 628	-
Różnice kursowe z przeliczenia	(41)	(30)	(11)
Zyski zatrzymane	(7 696)	(8 164)	469
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	6 704	6 908	(204)
Zobowiązania z tytułu leasingu	1 800	2 044	(244)
Zobowiązania handlowe	767	999	(232)
Zobowiązania do wykonania świadczenia	2 439	2 151	288
Kredyty i pożyczki	872	999	(127)
Rezerwy i Pozostałe	827	715	112
Pasywa razem	11 647	11 393	254

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 oraz dofinansowanie trwających projektów B+R

PRZEŁYWY PIENIĘŻNE Pozycja	w tys. PLN		
	Q1 '22	Q1 '21	Zmiana
Przeływy pieniężne z działalności operacyjnej	1 440	646	795
Przeływy pieniężne z działalności inwestycyjnej	(767)	(404)	(363)
Przeływy pieniężne z działalności finansowej	(437)	(412)	(25)
Przeływy pieniężne netto	236	(170)	407
Środki pieniężne na początek okresu	1 731	972	759
Środki pieniężne na koniec okresu	1 967	802	1 165

Spółka, tak jak w latach poprzednich, inwestuje środki pieniężne wygenerowane na działalności operacyjnej w rozwój produktu i zasoby dedykowane powiększaniu powtarzalnych przychodów (MRR).

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

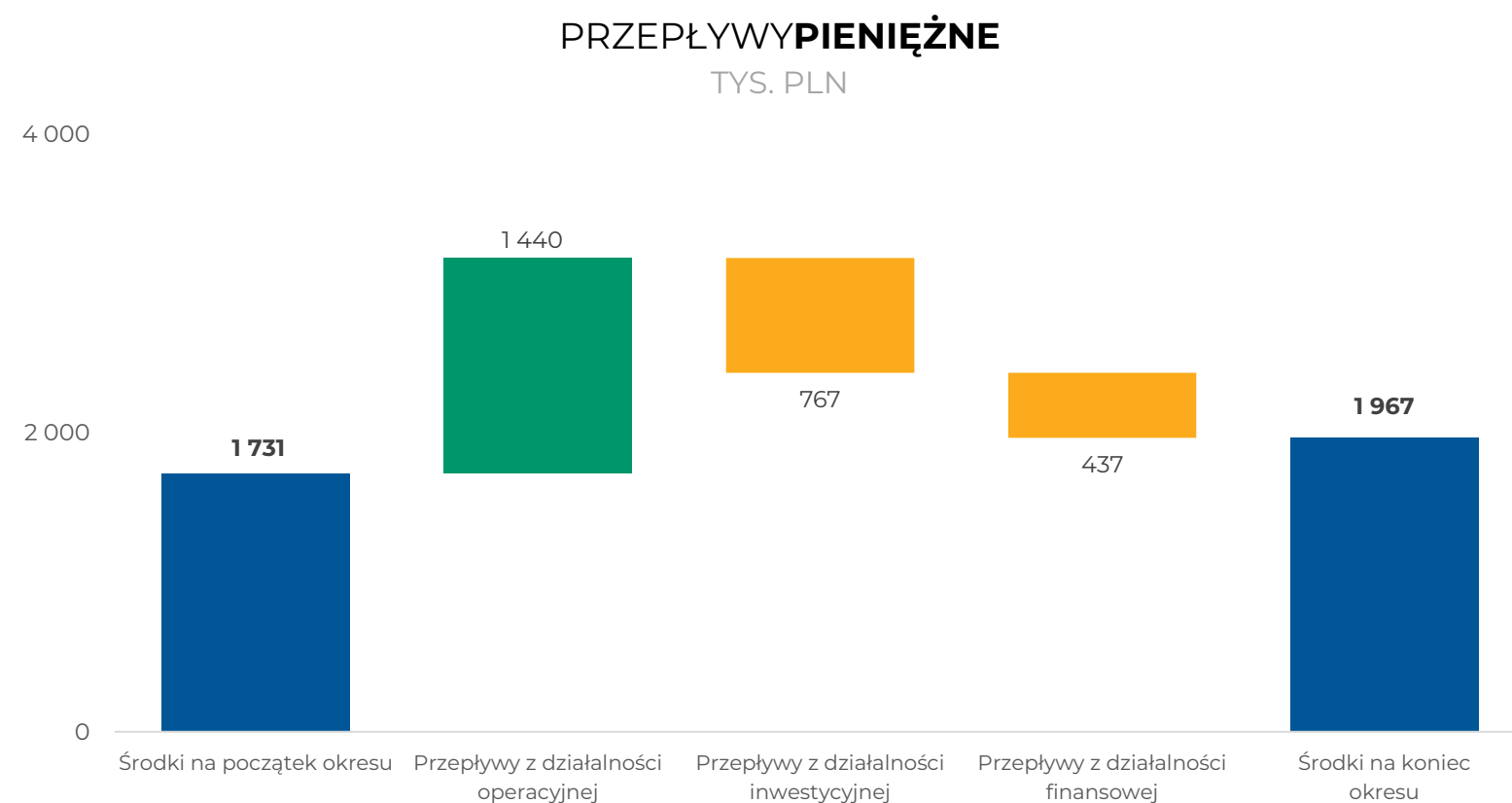
Najistotniejszą pozycją przepływów pieniężnych z działalności finansowej są płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu wynikające z zastosowania MSSF 16 dotyczące umów dzierżawy serwerów i wynajmu powierzchni biurowych.

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 2022.

Jednocześnie w związku z przyjęciem 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 kwartale 2022 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 1 kwartał 2022 **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:

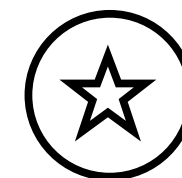
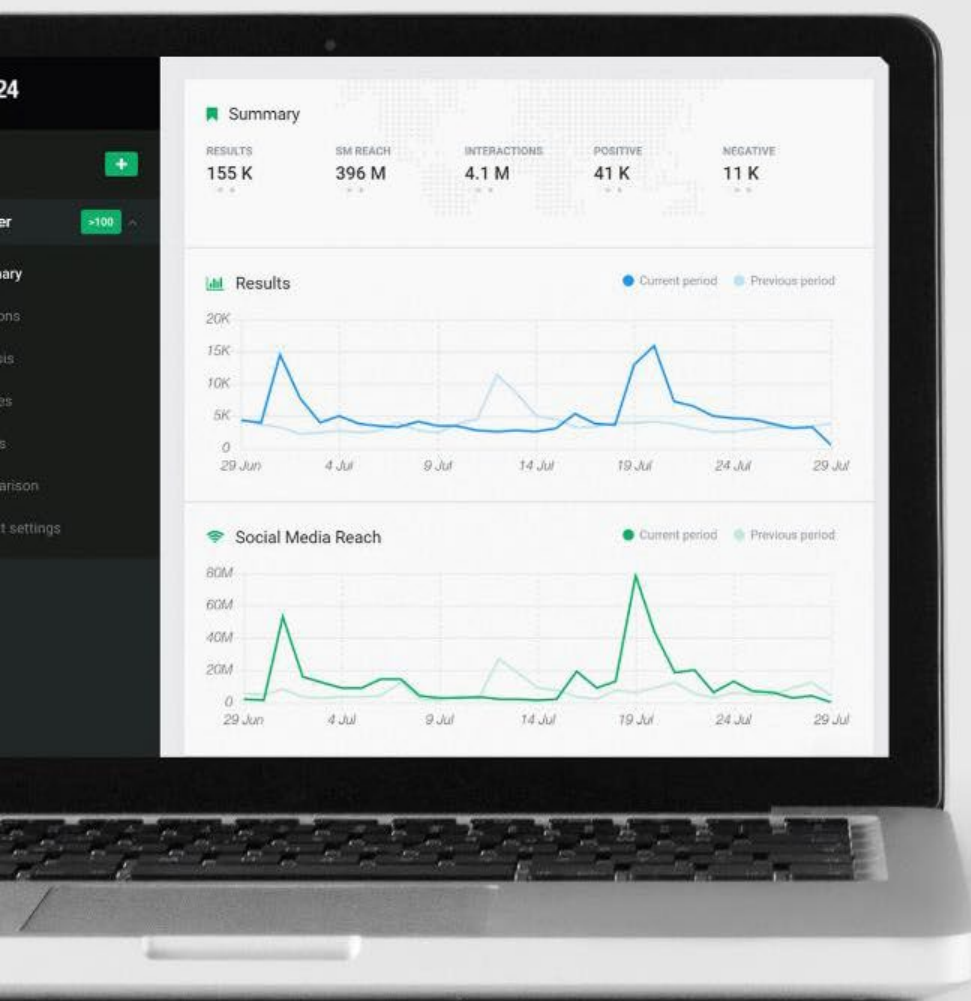
- ▶ ochronę wizerunku, dzięki szybkiemu dostępowi do dyskusji na temat firmy czy produktu o największym zasięgu,
- ▶ analizę efektywności działań marketingowych, pozwalającą na optymalizację jej kosztów,
- ▶ analizę działań konkurencji,
- ▶ identyfikację osób komunikujących wątki związane z marką i nawiązanie 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 1 kwartał 2022 **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

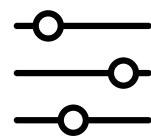
Zbieranie informacji zwrotnej od konsumentów publikujących opinie w Internecie. Zdobywanie wiedzy, którą można wykorzystać w poprawie komunikacji lub produktu.

Technologia

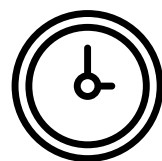
Technologia wykorzystywana przez Grupę została stworzona wewnętrznie przez zespół założycieli i pracowników Spółki. Technologia ta jest cały czas rozwijana a jej cechami charakterystycznymi są:

- ▶ 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.

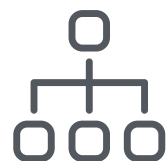
Oprogramowanie dostarczane jest w formacie SaaS (ang. Software as a Service) w chmurze publicznej w kilku wariantach abonamentowych w wersjach dedykowanych rynkowi polskiemu oraz wersji globalnej.



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.

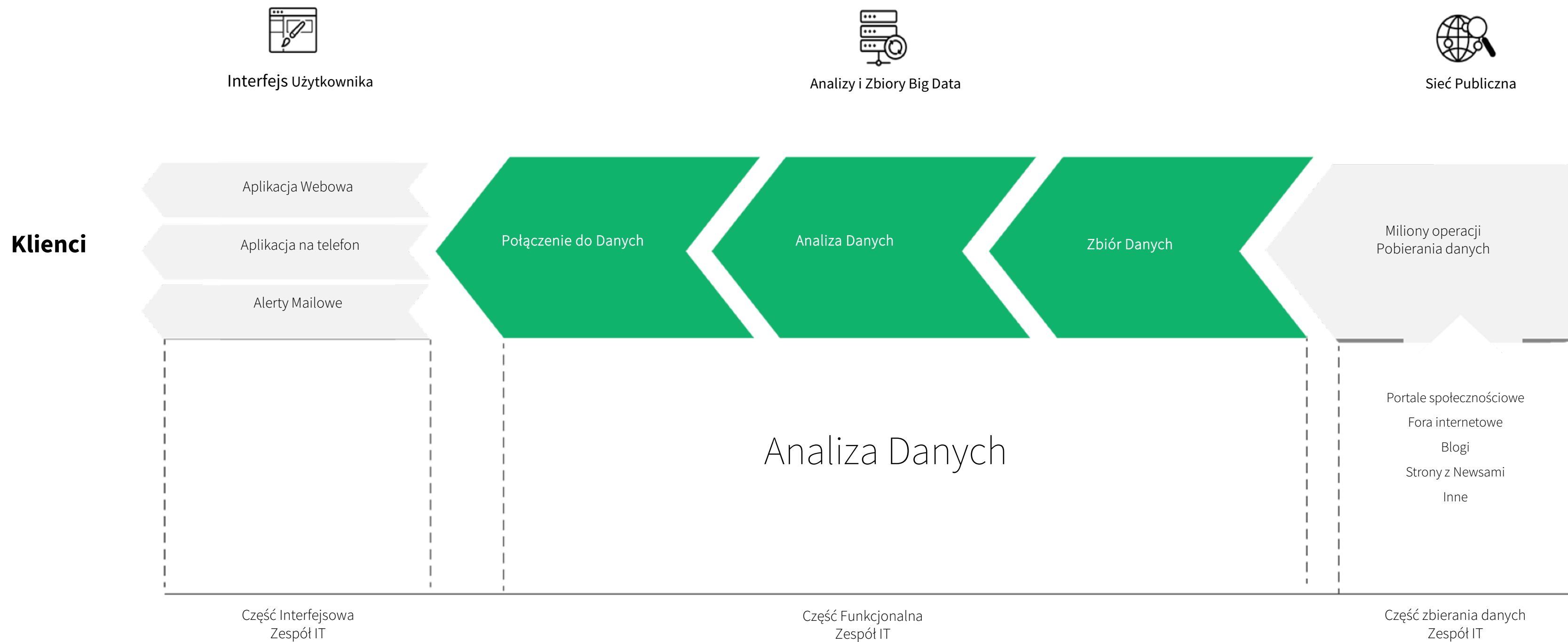
Sprzedaż produktu w formie SaaS polega na zdalnym udostępnianiu oprogramowania przez Internet. W ramach SaaS świadczone są m.in. usługi wspomagające zarządzanie przedsiębiorstwem oraz sprzedaż produktów i usług przez nie oferowanych. Przychody spółek z branży SaaS generowane są głównie poprzez pobieranie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

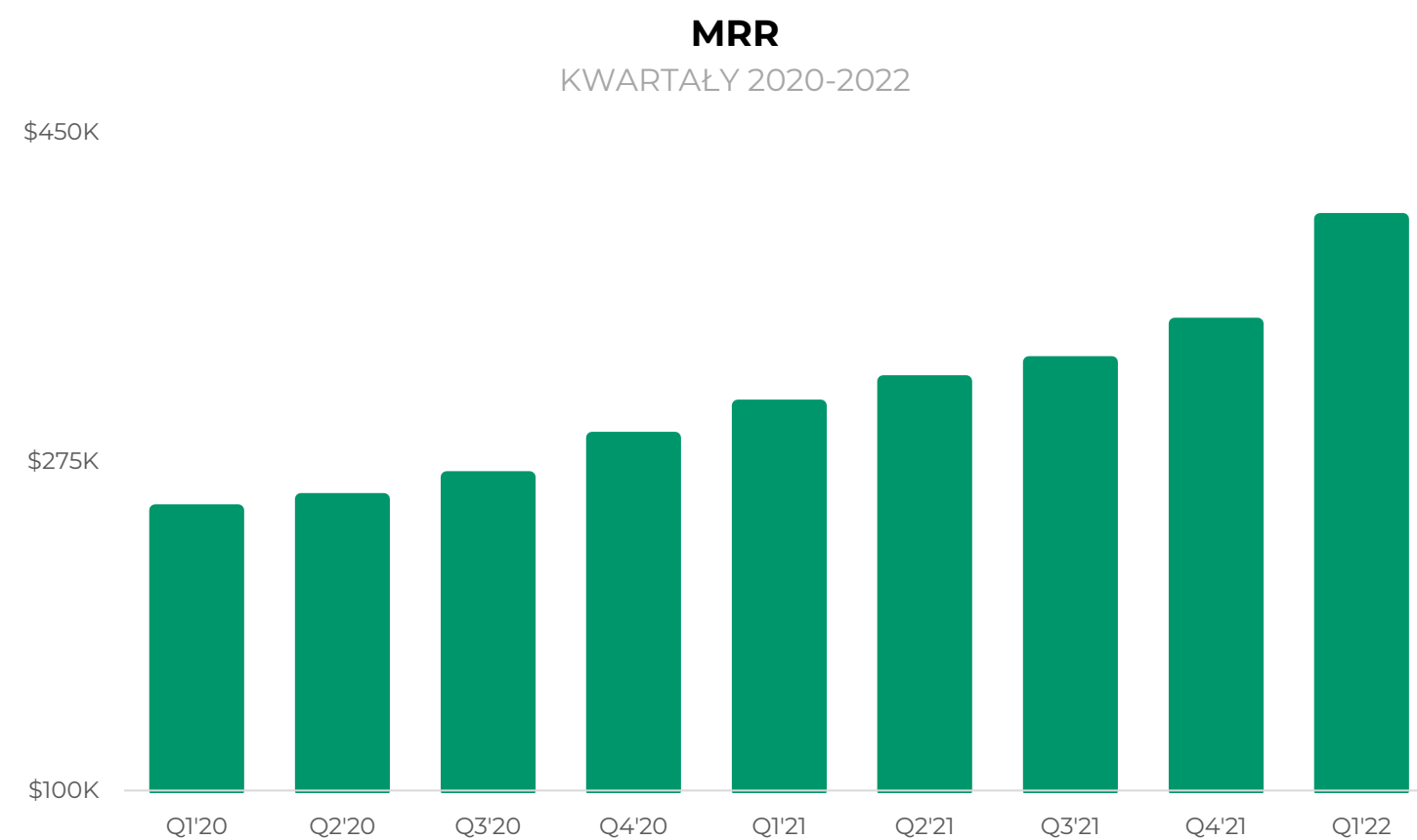


3. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

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 2020-2022.

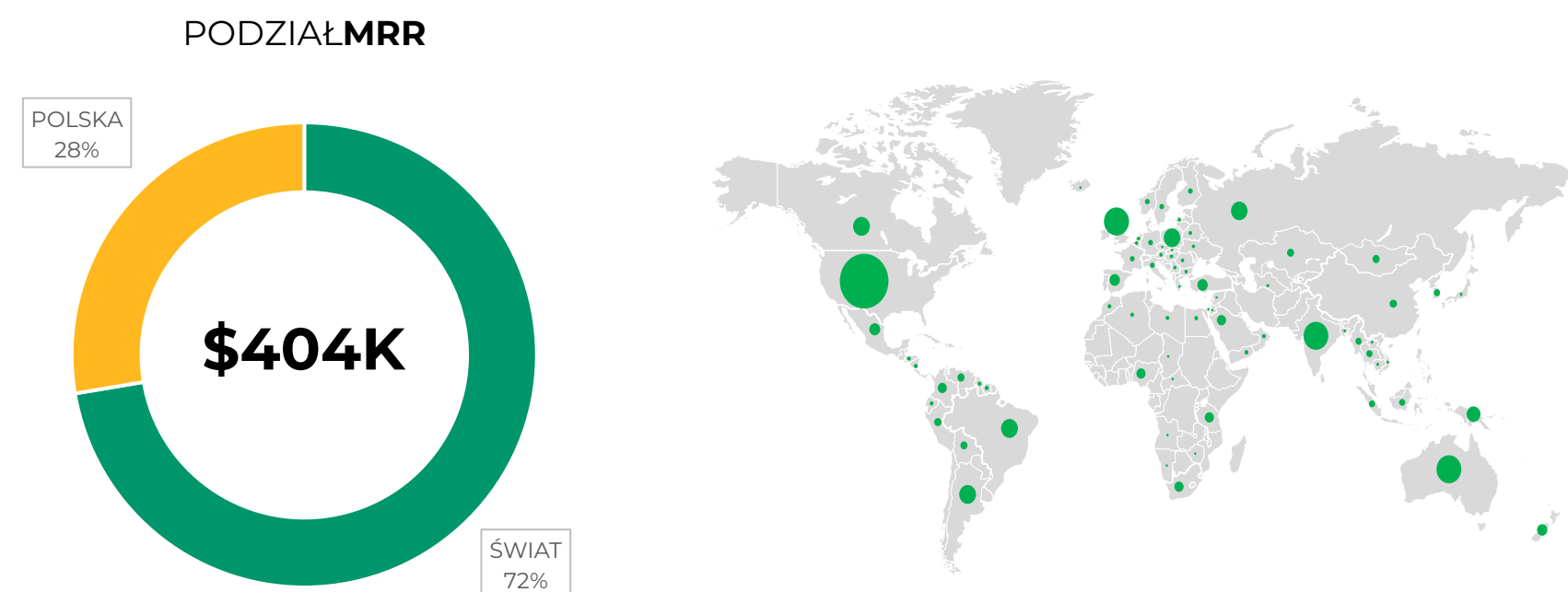


Większość klientów Grupy Brand 24 wykorzystuje oprogramowanie na potrzeby własne. W pozostałym zakresie klienci korzystający z rozwiązania Brand24 to agencje (interaktywne, SEM/SEO, PR, domy mediowe), wykorzystujące oprogramowanie przy projektach wykonywanych na rzecz podmiotów trzecich.

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 pierwszego kwartału 2022 roku.



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

3. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

NAJWAŻNIEJSZE WYDARZENIA W OKRESIE 1 KWARTALE 2022 ORAZ DO DNIA SPORZĄDZENIA SPRAWOZDANIA

Skonsolidowany raport za 1 kwartał 2022 **BRAND24**

Zdarzenia operacyjne

Poniżej przedstawiono najważniejsze wydarzenia o charakterze operacyjnym jakie miały miejsce w 1 kwartale 2022 roku oraz po zakończeniu okresu sprawozdawczego:

- ▶ **Aplikacja w makretplace Semrush** – przygotowanie na bazie systemu Brand24 aplikacji do monitoringu mediów w marketplace Semrush
- ▶ **Poszerzenie zakresu historycznych danych** – wdrożenie mechanizmu, który pozwala na załadowanie danych historycznych on-demand
- ▶ **Nowy algorytm sentymentu** – nowy algorytm pozwalający określać sentyment dla wzmianek w nowej wersji jest skuteczniejszy o 30% względem poprzedniej wersji
- ▶ **Monitoring opinii aplikacji mobilnych** – wdrożenie monitoringu opinii sklepów aplikacji mobilnych
- ▶ **Wdrożenie nowego cennika** - wdrożenie nowego cennika dla bazy istniejących klientów aplikacji

Custom Report / Digital Market Research – nowy produkt

W 1 kwartale 2022 roku Grupa zanotowała istotny wzrost sprzedaży nowego produktu Custom Reports / Digital Market Research w stosunku do poprzedniego roku. W całym 2021 roku produkt ten wypracował 55 tys. zł przychodu, natomiast w samym Q1'22 Grupa podpisała nowe kontrakty na raporty o całkowitej wartości 153 tys. zł.

Inne istotne wydarzenia

16 marca 2022 r. Sąd Rejonowy dla Wrocławia Fabrycznej we Wrocławiu, VI Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego dokonał rejestracji zmiany Statutu Spółki polegającej na zmianie § 4 Statutu poprzez dodanie nowego ust. 22 dokonanej na podstawie uchwały nr 05/11/21 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia BRAND 24 S.A. z dnia 29 listopada 2021 r. 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 zakładowy Spółki został warunkowo podwyższony o kwotę nie większą niż 10.789,20 zł/dziesięć tysięcy siedemset osiemdziesiąt dziewięć złotych i dwadzieścia groszy/ w drodze emisji nie więcej niż 107.892/sto siedem tysięcy osiemset dziewięćdziesiąt dwa/ akcji zwykłych na okaziciela serii K, o wartości nominalnej 0,10 zł/dziesięć groszy/ każda i łącznej wartości nominalnej nie większej niż 10.789,20 zł/dziesięć tysięcy siedemset osiemdziesiąt dziewięć złotych i dwadzieścia groszy/ . Warunkowe podwyższenie kapitału zakładowego Spółki dokonane zostało w celu przyznania praw do objęcia akcji serii K przez posiadaczy warrantów subskrypcyjnych imiennych serii C od numeru 000.001 do numeru 107.892, emitowanych na podstawie Uchwały nr 04/11/21 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 29.11.2021 roku w sprawie emisji warrantów subskrypcyjnych serii C z prawem do objęcia akcji serii K oraz pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru warrantów subskrypcyjnych serii C w związku z Programem Motywacyjnym dla Zarządu, kluczowych pracowników i współpracowników Spółki.

Zarejestrowany kapitał zakładowy Spółki wynosi 219.623.80 zł i dzieli się na 2.196.238 akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda, w tym: 1.000.000 akcji serii A; 538.400 akcji serii B; 15.384 akcje serii C; 71.769 akcji serii D; 13.267 akcji serii E; 86.000 akcji serii F; 172.482 akcji serii G; 58.937 akcji serii H; 110.000 akcji serii I oraz 130.000 akcji serii J.

Wartość nominalna warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego wynosi 15.109,90 zł. Ogólna liczba głosów wynikająca ze wszystkich ww. akcji Spółki wynosi 2.196.238

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

3. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

NAJWAŻNIEJSZE WYDARZENIA W 2022 ORAZ DO DNIA SPORZĄDZENIA SPRAWOZDANIA

Skonsolidowany raport za 1 kwartał 2022 **BRAND24**

Umowy finansowe

W lutym 2022 r. Spółka zawarła z Bankiem Pekao S.A. umowę kredytu w rachunku bieżącym do kwoty 0,5 mln zł (z terminem spłaty do 5 maja 2023 r.) oraz umowę kredytu nieodnawialnego obrotowego w wysokości 0,9 mln zł (z terminem spłaty do 31 stycznia 2025 r.). Oprocentowanie ww. kredytów jest zmienne i stanowi sumę stawki bazowej WIBOR 1M oraz marży banku. Zabezpieczenie ww. kredytów obejmuje przede wszystkim weksel własny in blanco wystawiony przez Spółkę wraz z deklaracją wekslową.

W ramach zarządzania ryzykiem walutowym oraz ograniczenia wpływu ryzyka walutowego na wyniki finansowe, Grupa współpracuje z podmiotem, z którym ma możliwość wymieniać walutę (USD) po ustalonym wcześniej kursie. Maksymalna wartość zleceń, do jakiej Grupa może wymienić walutę to kwota 10,2 mln zł przy średnim kursie 1 USD = 4,14 PLN z maksymalnym terminem rozliczeń przypadającym na kwiecień 2023 roku.

W pierwszym kwartale 2022 roku spółki z Grupy Kapitałowej Brand 24 nie udzielały pożyczek, poręczeń lub gwarancji.

Na dzień 31 marca 2022 roku oraz na dzień publikacji niniejszego raportu Emitent nie posiadał udzielonych poręczeń lub gwarancji jak również innych wystawionych weksli.

Transakcje z podmiotami powiązаныmi

W pierwszym kwartale 2022 roku Emitent nie zawierał transakcji z podmiotami powiązаныmi na warunkach innych niż rynkowe.

Emisje papierów wartościowych

W okresie pierwszym kwartale 2022 roku nie miały miejsca emisje papierów wartościowych.

Inwestycje

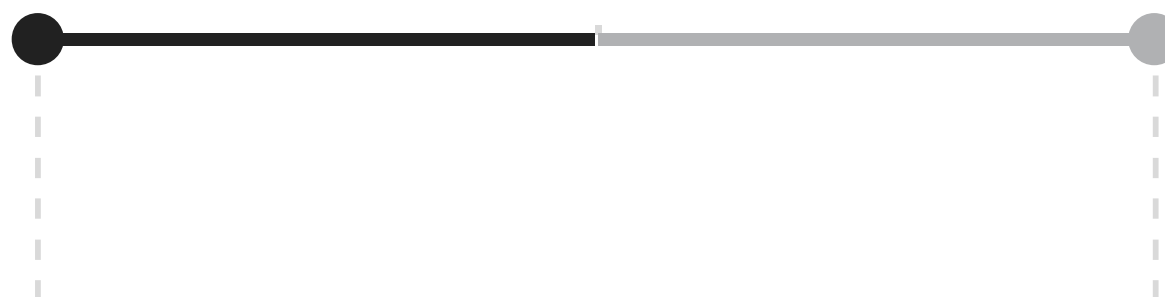
W pierwszym kwartale 2022 roku poniesione zostały nakłady inwestycyjne na prace rozwojowe nad produktem w wysokości 734 tys. zł. Grupa stale rozwija swój produkt, tak aby sprostać potrzebom klientów i utrzymać konkurencyjność na rynku.

PLANY PRODUKTOWE

Najważniejsze projekty na roadmapie produktowej na najbliższe miesiące

Q1 2022

Q2 2022



- ▶ Przygotowanie nowego produktu monitoringu tworzono pod marketplace aplikacji Semrush.
- ▶ Poszerzenie zakresu serwowania historycznych danych
- ▶ Nowa wersja algorytmu sentymentu

- ▶ Nowa zakładka Mentions na przeglądarki komputerowe
- ▶ Nowa funkcja kontekstu dyskusji
- ▶ Monitoring Telegram
- ▶ Monitoring opinii aplikacji mobilnych

STRATEGIA



STRATEGIA GRUPY BRAND 24



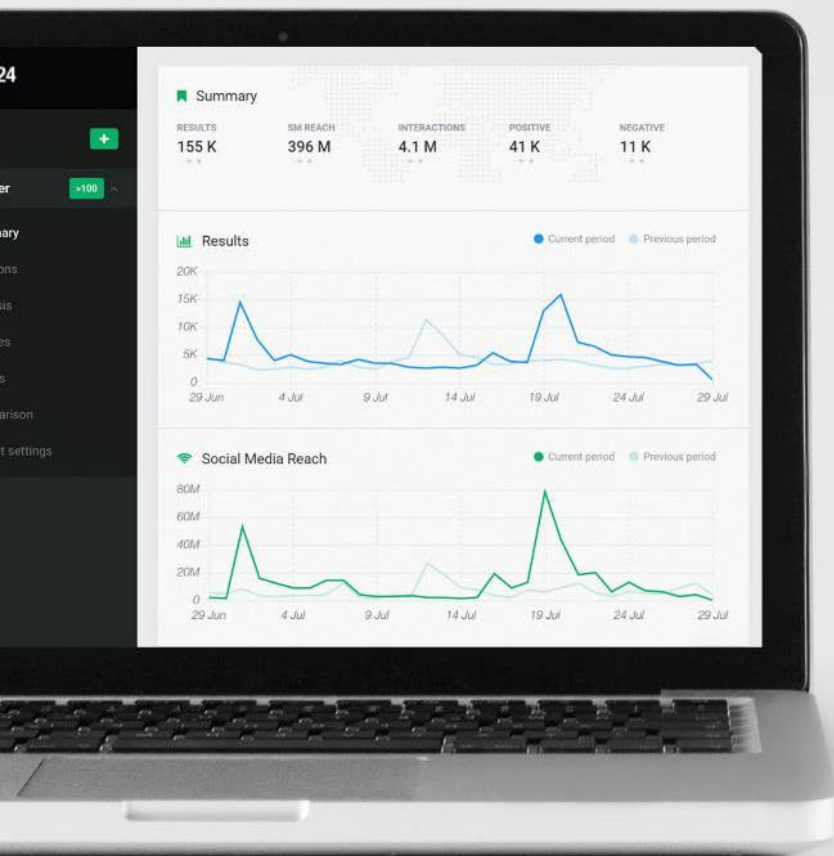
CZYNNIKI, KTÓRE WPŁYNĄ NA PRZYSZŁE WYNIKI



RYZYZKO PROWADZONEJ DZIAŁALNOŚCI

- ▶ ryzyko operacyjne
- ▶ ryzyko finansowe

4. CZYNNIKI, KTÓRE WPŁYNĄ NA PRZYSZŁE WYNIKI



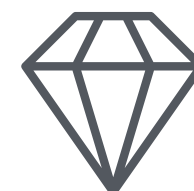
Poniżej zamieszczono informacje nt. wybranych czynników które w ocenie Emitenta będą miały wpływ na przyszłe wyniki:

- ▶ wdrażane nowości produktowe,
- ▶ zmiany w strukturze produktowej na korzyść zaawansowanych rozwiązań analitycznych;
- ▶ rozwój pandemii koronawirusa COVID-19,
- ▶ następstwa związane z wojną w Ukrainie;
- ▶ następstwa związane z chińskim lockdownem;
- ▶ realizacja scenariusza spowolnienia gospodarczego;
- ▶ 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, oferując 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.

4. RYZYKO PROWADZONEJ DZIAŁALNOŚCI

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

Ryzyko operacyjne	Opis ryzyka
Ryzyko związane z pozyskaniem i utrzymaniem klientów	Pozyskanie klienta jest realizowane wyłącznie w oparciu o ruch przychodzący (inbound marketing), którego zadaniem jest umożliwienie odbiorcom samodzielnego odnalezienia w Internecie oprogramowania Brand 24, przetestowanie go oraz zakupienie do niego dostępu przy możliwie minimalnym kontakcie z pracownikami Grupy. Oprogramowanie Brand 24 sprzedawane jest głównie poprzez stronę internetową Emitenta. Klient rozpoczyna korzystanie z usług Grupy po zaakceptowaniu zamieszczonego na stronie internetowej Emitenta regulaminu. Z tą chwilą następuje aktywacja konta danego użytkownika, który może korzystać z narzędzia Brand 24 bezpłatnie przez określony okres próbny. Po upływie okresu próbnego użytkownik ma prawo wybrać plan abonamentowy, po opłaceniu którego może korzystać z oprogramowania Brand 24 przez czas trwania abonamentu. Abonament opłacony przez użytkownika odnawia się automatycznie, chyba że użytkownik zgłosi chęć rezygnacji z usług. W przypadku rezygnacji z usługi, użytkownik traci dostęp do oprogramowania. Skuteczne pozyskiwanie i utrzymanie klientów przez Grupę uzależnione jest od wielu czynników (m.in. skuteczności działań marketingowych, atrakcyjności oferowanego produktu, poziomu wyedukowania klienta, świadomości korzyści płynących ze stałego monitoringu Internetu, otoczenia konkurencyjnego, regulacji prawnych lub polityki cenowej).
Ryzyko związane z rozwojem rynku SaaS	Branża SaaS znajduje się na etapie szybkiego wzrostu i rozwoju. W sposób ciągły zmieniają się standardy branżowe, wprowadzane są zmiany usług i dostępnych produktów. Brak możliwości dostosowywania się do tych zmian powoduje ryzyko, że pozycja konkurencyjna Spółki może się pogorszyć. W celu minimalizacji powyższego ryzyka Spółka na bieżąco dostosowuje swój model biznesowy do zmieniających się w branży trendów. Spółka na bieżąco monitoruje otaczający ją rynek i dopasowuje swoją strategię i ofertę do bieżących oczekiwań użytkowników.
Ryzyko ograniczenia dostępności danych	Podstawą prawidłowego funkcjonowania narzędzia Brand 24 są dane gromadzone z publicznej sieci Internet, a także dane nabywane od zewnętrznych dostawców. 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
Ryzyko zmiany preferencji klientów co do produktu i odbioru sieci Internet	Sieć Internet jest szybko zmieniającym się środowiskiem, na którego rozwój znaczący wpływ miało pojawienie się oraz wzrost popularności mediów społecznościowych. Nie da się przewidzieć przyszłego kształtu sieci Internet oraz przyszłego sposobu komunikacji oraz konsumpcji zawartych w niej treści. Tego typu zmiana wymogłaby, m.in: (i) wprowadzenie znaczących i kosztownych zmian w produkcie oferowanym przez Grupę, które mogą istotnie zmienić rentowność Grupy, (ii) wymusić zmianę modelu biznesowego, (iii) wymagać dużo czasu na dostosowanie, (iv) spowodować utratę pozycji konkurencyjnej.
Ryzyko ograniczeń rozwoju Grupy związanych z prawami własności intelektualnej osób trzecich	Prowadząc działalność gospodarczą polegającą na agregacji treści w Internecie oraz udostępnianiu wyników takiej agregacji Grupa musi liczyć się z możliwością naruszenia praw na dobrach niematerialnych przysługujących osobom trzecim, w szczególności gdyby działania Grupy wykraczały poza wykorzystanie utworów osób trzecich w ramach dozwolonego prawa cytatu. Emitent wskazuje, iż potencjalne negatywne następstwa wykazania przez dany podmiot naruszeń jego praw przez spółki Grupy, wiązałoby się w szczególności z potencjalnymi dotkliwymi konsekwencjami w zakresie roszczeń odszkodowawczych, roszczeń o zaniechanie wykorzystywania treści lub żądań zawarcia stosownej umowy licencyjnej przez Grupę.
Ryzyko wizerunkowe związane z osobami związanymi z Brand 24	Zarówno pracownicy, współpracownicy, jak i założyciele Emitenta są osobami aktywnymi w różnego rodzaju mediach, m.in. społecznościowych, wypowiadając się publicznie, czy biorąc udział w dyskusjach. Emitent nie może zagwarantować, że ich prywatne wypowiedzi czy działania nie zostaną negatywnie odebrane przez opinię publiczną i utożsamione z działalnością Grupy mając negatywny wpływ na jej reputację.
Ryzyko wystąpienia negatywnych zdarzeń u podmiotów zewnętrznych współpracujących ze Spółką	Brand 24 S.A. prowadząc działalność gospodarczą korzysta z usług podmiotów zewnętrznych wspierających system indeksowania wyników, tworzenia aplikacji mobilnych oraz dostarczania infrastruktury serwerów, na których zlokalizowany jest produkt. W przypadku przestojów, strajków, błędów systemowych, awarii, utraty urządzeń bądź oprogramowania, czy też ataku na systemy komputerowe kontrahentów przez osoby trzecie, Grupa może być narażona na ryzyko przestoju w swojej działalności operacyjnej, co w konsekwencji może skutkować naruszeniem umów z partnerami publicznymi i prywatnymi, pogorszeniem reputacji Grupy i utratą klientów.

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.

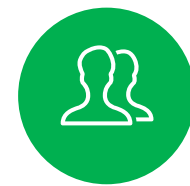
Ryzyko finansowe	Opis ryzyka
Ryzyko związane ze zmianami kursów walut	<p>Grupa narażona jest na ryzyko kursowe w związku z istotnym udziałem sprzedaży realizowanej w walucie obcej. Ryzyko walutowe Brand 24 S.A. wynika bezpośrednio z ponoszenia większości kosztów działalności bieżącej w PLN z uwagi na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

Wartość nominalna warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego na dzień publikacji niniejszego raportu wynosi 15.109,90 zł.

Na podstawie Uchwały nr 05/11/21 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 29.11.2021 roku 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 zakładowy Spółki został warunkowo podwyższony o kwotę nie większą niż 10.789,20 zł dziesięć tysięcy siedemset osiemdziesiąt dziewięć złotych i dwadzieścia groszy/ w drodze emisji nie więcej niż 107.892 /sto siedem tysięcy osiemset dziewięćdziesiąt dwa/ akcji zwykłych na okaziciela serii K, o wartości nominalnej 0,10 zł /dziesięć groszy/ każda i łącznej wartości nominalnej nie większej niż 10.789,20 zł /dziesięć tysięcy siedemset osiemdziesiąt dziewięć złotych i dwadzieścia groszy/. Warunkowe podwyższenie kapitału zakładowego Spółki dokonane zostało w celu przyznania praw do objęcia akcji serii K przez posiadaczy warrantów subskrypcyjnych imiennych serii C od numeru 000.001 do numeru 107.892, emitowanych na podstawie Uchwały nr 04/11/21 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 29.11.2021 roku w sprawie emisji warrantów subskrypcyjnych serii C z prawem do objęcia akcji serii K oraz pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru warrantów subskrypcyjnych serii C w związku z Programem Motywacyjnym dla Zarządu, kluczowych pracowników i współpracowników Spółki.

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.

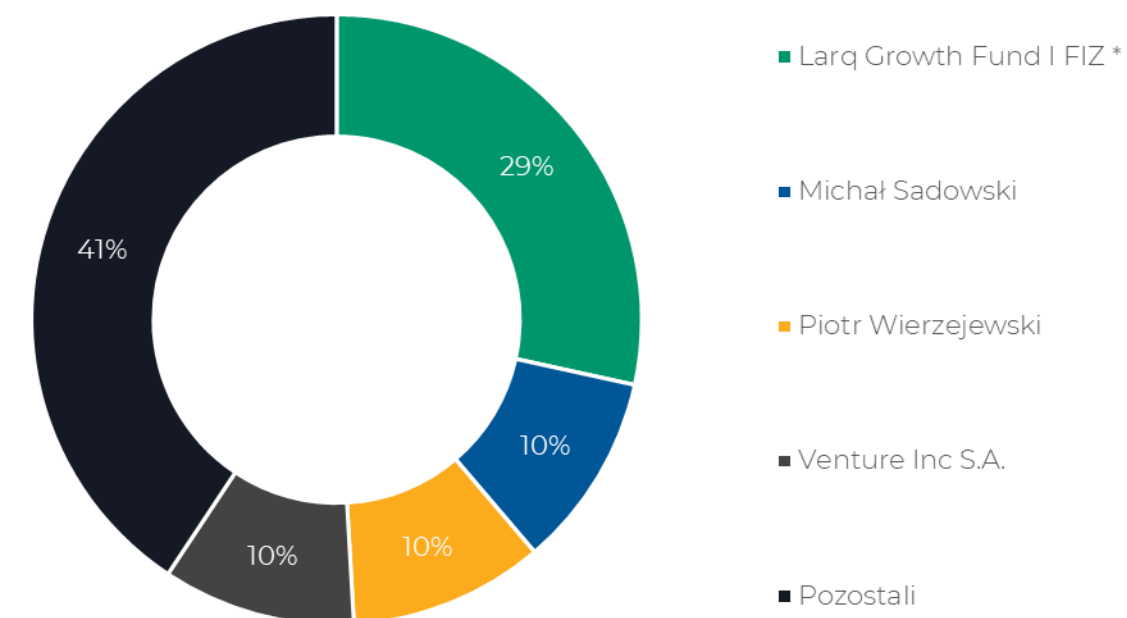
Upoważnienie Zarządu do podwyższenia kapitału zakładowego oraz do emitowania nowych akcji w ramach kapitału docelowego wygaśnie z upływem 3 lat od dnia rejestracji zmiany statutu Spółki, dokonanej niniejszą uchwałą Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy. Zmiana Statutu w powyższym zakresie została zarejestrowana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

Struktura akcjonariatu

Poniżej zaprezentowano strukturę akcjonariatu Brand 24 S.A. na dzień przekazania poprzedniego raportu okresowego oraz na dzień publikacji raportu za pierwszy kwartał 2022:

Akcjonariusz	Liczba akcji/głosów	Udział w kapitale zakładowym/ogólnej liczbie głosów
Larq Growth Fund I FIZ *	624 281	28.43%
Michał Sadowski	227 028	10.34%
Piotr Wierzejewski	227 028	10.34%
Venture Inc S.A.	224 682	10.23%
Pozostali	893 219	40.67%
RAZEM	2 196 238	100.00%

* podmiot pośrednio kontrolowany przez Harbinger Capital Ltd



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

Program motywacyjny

W dniu 29 listopada 2021 r. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki uchwałą nr 03/11/21 przyjęło Program Motywacyjny 2021-2023.

Program Motywacyjny 2021-2023 został ustanowiony celem stworzenia w Spółce dodatkowych mechanizmów motywujących jej Zarząd, kluczowych pracowników i współpracowników („Uczestnicy Programu”) do pracy i działań na rzecz Spółki, oraz jej mechanizmów, które zapewnią silniejsze związanie ze Spółką, czego rezultatem będzie stabilny wzrost wartości Spółki, którego beneficjentem będą wszyscy akcjonariusze Spółki.

Liczba uprawnionych nie przekroczy 149 osób. Program Motywacyjny 2021-2023 realizowany będzie w trzech okresach rozliczeniowych (2021, 2022 oraz 2023).

W ramach Programu Motywacyjnego 2021-2023 Uczestnicy Programu otrzymują uprawnienie do objęcia nie więcej niż 107 892 akcje zwykłe na okaziciela serii K w sposób określony w Regulaminie Programu Motywacyjnego (Uprawnienie). Warunkiem uzyskania uprawnienia do objęcia akcji jest a) spełnienie Warunku Operacyjnego dla danego Okresu Rozliczeniowego obliczonego przy jednoczesnym pozostawaniu przez Uczestnika Programu w czynnym stosunku służbowym ze Spółką/pełnienia przez niego mandatu Członka Zarządu Spółki oraz brakiem prowadzenia przez Uczestnika Programu działalności konkurencyjnej wobec Spółki („Warunek Dodatkowy”), b) spełnienie Warunku Lojalnościowego rozumianego, jako pozostawanie przez Uczestnika Programu w czynnym stosunku służbowym ze Spółką/pełnienia przez niego mandatu Członka Zarządu Spółki oraz brakiem prowadzenia przez Uczestnika Programu działalności konkurencyjnej wobec Spółki („Warunek Lojalnościowy”), c) spełnienie Warunku Niefinansowego rozumianego jako wykonanie indywidualnego celu danego Uczestnika Programu ustalonego dla niego w danym Okresie Rozliczeniowym przez Radę Nadzorczą oraz zaakceptowanego przez Zarząd, którego spełnienie pozwala na przyznanie mu Uprawnienia w danym Okresie Rozliczeniowym, przy czym dla każdego Okresu Rozliczeniowego ustala się odrębny cel indywidualny („Warunek Niefinansowy”) przy jednoczesnym spełnieniu przez tego Uczestnika Warunku Dodatkowego.

Weryfikacji spełnienia Warunku(ów) dokonuje Rada Nadzorcza w terminie do 14/czternastu/dni od dnia dostarczenia jej przez Zarząd danych w tym zakresie.

Realizacja Uprawnienia nastąpi w drodze emisji warrantów subskrypcyjnych imiennych serii C, w łącznej liczbie nie większej niż 107.892 i umożliwienia objęcia ich Uczestnikom Programu. Warranty subskrypcyjne imienne serii C będą uprawniać do objęcia nie więcej 107.892 („Warranty”).

Kapitał zakładowy Emitenta może ulec podwyższeniu w wyniku realizacji uprawnień przez posiadaczy warrantów subskrypcyjnych serii C o kwotę nie wyższą niż 10 789,20 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 2021-2023. Program Motywacyjny 2021-2023 będzie rozliczany co roku, a jego całkowite rozliczenie nastąpi po zatwierdzeniu sprawozdania finansowego Emitenta za 2023 roku, zgodnie ze szczegółowymi warunkami Programu Motywacyjnego.

Na moment publikacji niniejszego raportu, w Spółce nie miała miejsca emisja akcji na okaziciela serii K w ramach realizacji Programu Motywacyjnego 2021-2023.

Cele MSOP 2021-2023 zostały określone na poziomie skonsolidowanych przychodów Grupy oraz na Wyniku Grupy rozumianego jako skonsolidowany wynik Grupy [EBITDA] pomniejszonego o koszty prac rozwojowych, skorygowany o zdarzenia nadzwyczajne i jednorazowe oraz koszty przeprowadzenia Programu Motywacyjnego.

Cele MSOP 2021-2023	2021	2022	2023
Skonsolidowany Przychód Grupy Kapitałowej	15 857	20 343	26 847
Skonsolidowany Wynik Grupy Kapitałowej Brand24	1 288	901	3 873

Spółka zrealizowała cel przychodowy za rok 2021 w 99%. Cel wynikowy został zrealizowany w ponad 100%. Rezultaty zostały przedstawione w tabeli poniżej.

Realizacja celów Programu Motywacyjnego za rok 2021	w tys. PLN	
	Realizacja	Cel
Skonsolidowany Przychód Grupy Kapitałowej	15 794	15 857
EBITDA	2 952	
Koszty Prac Rozwojowych	(2 078)	
Koszty Programu Motywacyjnego	427	
Skonsolidowany Wynik Grupy Kapitałowej	1 301	1 288

Akcje i uprawnienia do akcji w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących

Zgodnie z posiadanymi przez Emitenta informacjami, stan akcji Brand24 S.A. będących w posiadaniu Członków Zarządu na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania przedstawia się następująco:

Funkcja	Imię i nazwisko	Liczba akcji	Liczba głosów	Wartość nominalna akcji
Prezes Zarządu	Michał Sadowski	227 028	10.34%	22 702.80 zł
Członek Zarządu	Piotr Wierzejewski	227 028	10.34%	22 702.80 zł
Członek Zarządu	Bartosz Kozłowski	23 654	1.08%	2 365.40 zł

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 pierwszym kwartale 2022 roku oraz do dnia przekazania niniejszego raportu Zarząd Spółki działał w następującym składzie:



Michał Sadowski
Prezes Zarządu / CEO

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 / CTO

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



Bartosz Kozłowski
Członek zarządu / CFO

Bartosz Kozłowski jest związany ze Spółką od grudnia 2017 roku, zajmuje stanowisko dyrektora finansowego. Posiada 11 lat doświadczenia w zarządzaniu finansami.

Rada Nadzorcza

W pierwszym kwartale 2022 roku oraz do dnia przekazania niniejszego raportu Zarząd Spółki działał w następującym składzie:

- ▶ Tomasz Łużak – Przewodniczący Rady Nadzorczej
- ▶ Jakub Kurzynoga - Członek Rady Nadzorczej,
- ▶ Mariusz Ciepły - Członek Rady Nadzorczej,
- ▶ Karol Wnukiewicz - Członek Rady Nadzorczej,
- ▶ Wojciech Byj - Członek Rady Nadzorczej,
- ▶ Tomasz Pelczar - Członek Rady Nadzorczej.

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 1 kwartał 2022 roku zastosowano regulacje zawarte w MSR 34 „Śródroczna sprawozdawczość finansowa” stosując te same zasady dla okresu bieżącego i porównywalnego. Rozszerzony skonsolidowany okresowy raport za 1 kwartał 2022 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 pierwszym kwartale 2022 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 1 kwartale 2022 roku wynosiło 23,52 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 pierwszym kwartale 2022 roku Emitent współpracował z ok. 50 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 pierwszym kwartale 2022 roku Grupa kontynuowała prace nad usprawnieniem i rozwojem narzędzia informatycznego będącego podstawą świadczenia przez Grupę usług swoim klientom.

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.

Na dzień 31 marca 2022 roku kwota niezakończonych prac rozwojowych wyniosła 1.741 tys. PLN. Nakłady na te prace stanowią głównie usługi informatyczne. Koszty trwających prac rozwojowych są prezentowane w pozycji „Wartości niematerialne” w aktywach Spółki.

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