

Niniejsze opracowanie zostało przygotowane na zlecenie Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. w ramach Giełdowego Programu Wsparcia Pokrycia Analitycznego 3.0

562/2022/AR

Spółka	Rekomendacja fundamentalna	Wycena w horyzoncie 12M (zł)	Rekomendacja relatywna	Analityk
Brand24	Bez rekomendacji	28,2	Bez rekomendacji	Sobiesław Pająk, CFA

Wydarzenie: Wybrane dane operacyjne za III kwartał 2022 roku.

W piątek 14 października (po sesji) Brand24 opublikował wybrane dane operacyjne za III kwartał 2022 roku.

Wartość miesięcznych powtarzalnych przychodów (**MRR**) na koniec III kwartału 2022 r. wyniosła 1,802 mln PLN, co oznacza wzrost o ok. 524 tys. PLN, czyli o 41% w ujęciu rok do roku, oraz o 70 tys. PLN (4%) w ujęciu kwartał do kwartału. W ujęciu dolarowym (klienci wersji „globalnej” – stojący za większością przychodów – placą ceny wyrażone w USD), **MRR** na koniec III kwartału wyniósł 410 tys. USD, jedynie o 2 tys. USD (to jest o 0,5%) więcej, niż na koniec II kwartału 2022 r.; wzrost kw./kw. **MRR** w złotówkach był zatem głównie pokłosiem osłabienia się lokalnej waluty względem USD (**MRR** w dolarach wzrósł kw./kw. tylko symbolicznie). Liczyliśmy na nieco większy wzrost **MRR** na koniec III kwartału 2022 roku niż ten, który został zaraportowany przez Spółkę.

Średni przychód operacyjny przypadający na użytkownika subskrypcyjnego (**ARPU**) na koniec III kwartału 2022 r. wyniósł 475 PLN (108 USD); oznacza to wzrost o 23 PLN (5%) w ujęciu kwartał do kwartału (w ujęciu dolarowym wzrost kw./kw. **ARPU** wyniósł 2 USD, czyli 1,9%).

Równocześnie Spółka poinformowała, iż jej średni przychód operacyjny przypadający na nowego użytkownika subskrypcyjnego (tj. użytkownika pozyskanego w III kwartale 2022 roku) – tak zwane **Initial ARPU** – w trzecim kwartale bieżącego roku wyniósł 553 PLN (126 USD) – istotnie (o 16%) powyżej **ARPU** dla wszystkich klientów (przypominamy, że w I kwartale 2022 roku **Initial ARPU** wyniosło 495 PLN (120 USD), przewyższając o ok. 15% **ARPU** dla wszystkich klientów w tym kwartale, a w II kwartale 2022 roku **Initial ARPU** wyniosło 528 PLN (124 USD); zatem w III kwartale tego roku parametr ten wzrósł o 5% (1,6%) kwartał-do-kwartału w PLN (w USD)). Odbieramy tak sam poziom **Initial ARPU** powyżej **ARPU** dla wszystkich klientów, jak i dalszy wzrost **ARPU** dla nowych klientów w ujęciu kwartał do kwartału, pozytywnie; świadczy to o stopniowym dalszym przesuwaniu się portfela klientów Brand24 w kierunku większych marek.

Spółka konsekwentnie nie ujawnia **liczby klientów** na koniec kwartału, argumentując (wcześniej), iż parametr ten przestał stanowić dla niej istotny **KPI** a jej uwaga skupia się na takich zmiennych jak **MRR** czy **ARPU**. Choć trudno nie zgodzić się z argumentacją Spółki (o „prymacie” **MRR/ARPU** nad liczbą użytkowników), to sądzimy, iż kontynuowanie ujawnień w zakresie liczby klientów mogłoby być użyteczne przynajmniej dla części społeczności inwestycyjnej.

Konkludując, zestaw **KPIs** Brand24 za III kw. 2022 roku odbieramy **marginalnie negatywnie** (pozytyw (**Initial ARPU** – poziom + trend) jest dla nas ciut lżejszego kalibru niż negatyw w postaci lekko mniejszej niż sądziliśmy skali wzrostu kw./kw. miesięcznych powtarzalnych przychodów (zaledwie 0,5% w kategoriach dolarowych)).

Niniejszy raport nie stanowi rekomendacji w rozumieniu przepisów „Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE)” nr 2016/958 z dnia 9 marca 2016 r. uzupełniającego rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 596/2014 w odniesieniu do regulacyjnych standardów technicznych dotyczących środków technicznych dla celów obiektywnej prezentacji rekomendacji inwestycyjnych lub innych informacji rekomendujących lub sugerujących strategię inwestycyjną oraz ujawniania interesów partykularnych lub wskazań konfliktów interesów.