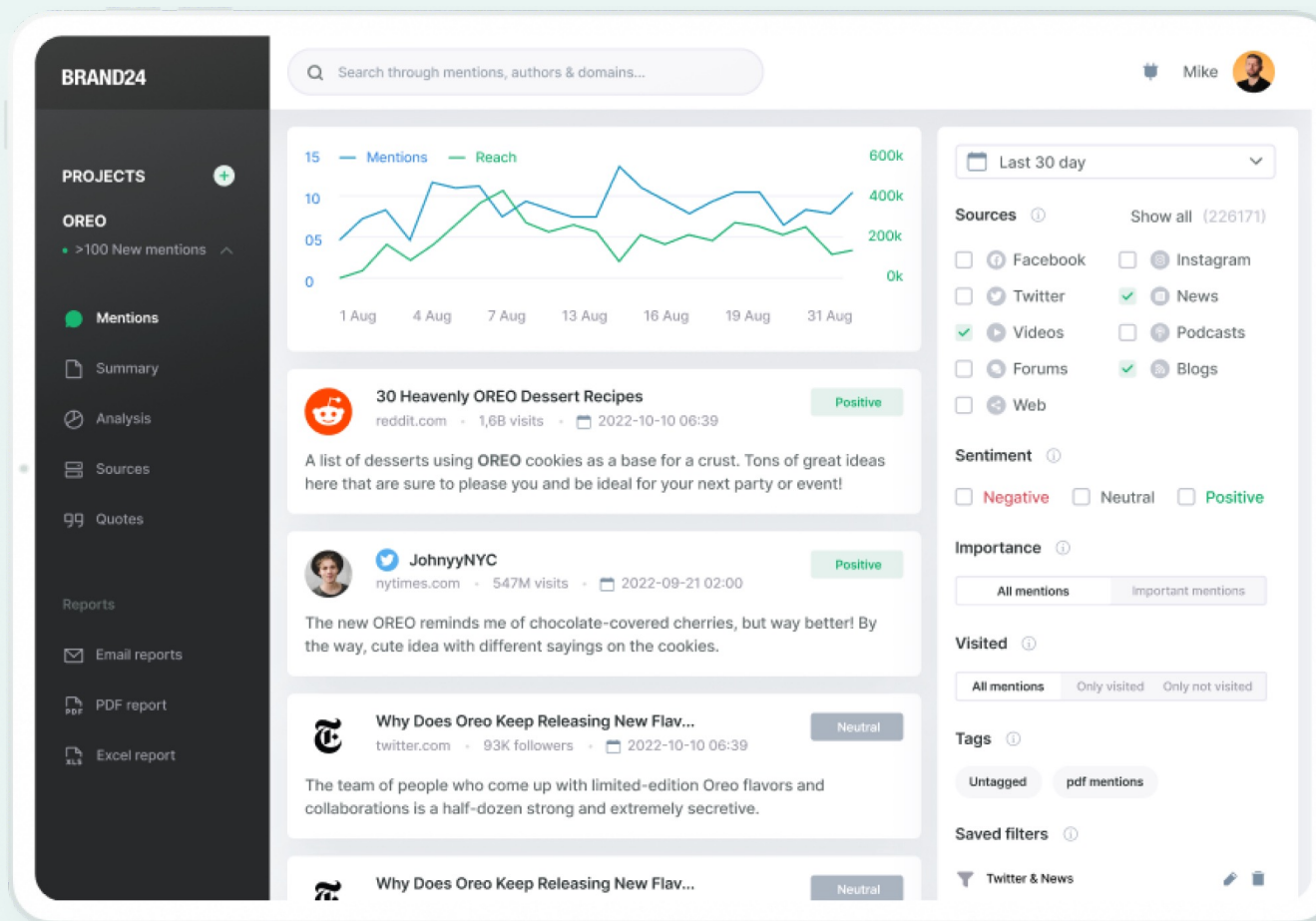


30 KWIETNIA 2026 ROKU  
WROCŁAW



Sprawozdanie zarządu z działalności Brand 24 S.A  
oraz grupy kapitałowej Brand 24 w 2025 roku

# BRAND24





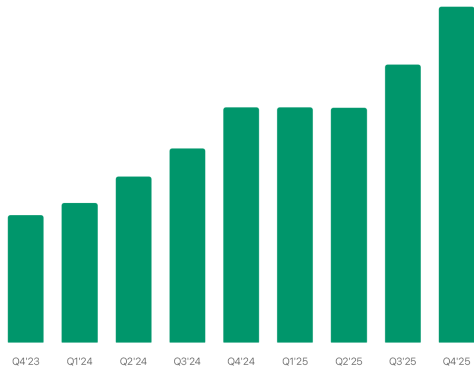
# Podsumowanie

## Przychody

+7.4 mln

# 42.6 mln

skonsol. przychodów w 2025 (vs. 2024)  
wzrost o ...% r/r



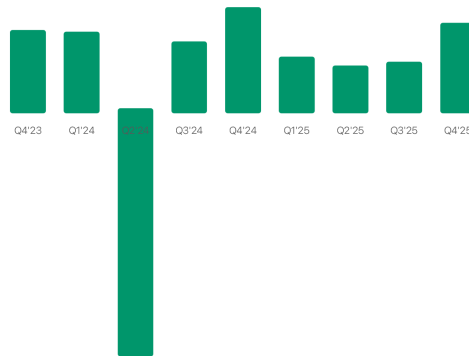
Przychody w ujęciu kwartalnym. Ponad 80% obecnych przychodów generuje sprzedaż zagraniczna Brand24

## EBIT

+3.1 mln

# 3.1 mln

skonsolidowany EBIT  
za 2025 (vs. 2024)



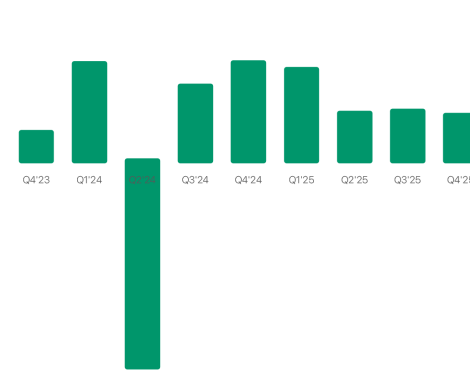
EBIT – Wykres przedstawia wynik operacyjny bez uwzględnienia kosztów wyceny Programu Motywacyjnego

## Zysk netto

+2.0 mln

# 2.8 mln

skonsolidowany zysk netto  
za 2025 (vs. 2024)



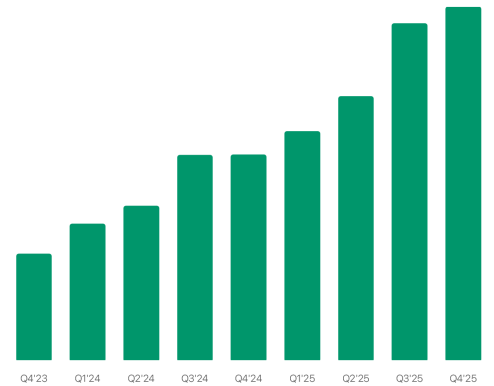
Zysk netto – Wykres przedstawia wynik netto bez uwzględnienia kosztów wyceny Programu Motywacyjnego

## ARR

+10.3mln

# 47.9 mln

ARR – Annual Run Rate ze wszystkich produktów subskrypcyjnych na koniec 2025 (vs. 2024)



ARR – Annual Run Rate (roczna kalkulacja przychodów obliczona jako dwunastokrotność MRR ze wszystkich produktów subskrypcyjnych)

<b>1</b>	<b>List prezesa zarządu</b>	Str. 4	<b>6</b>	<b>Oświadczenie w sprawie ładu korporacyjnego</b>	Str. 34-45
				Stosowane zasady ładu korporacyjnego	
				Akcje i akcjonariat	
				Zmiany w kapitale zakładowym	
				Struktura kapitału zakładowego	
				Struktura akcjonariatu	
				Program motywacyjny	
				Władze	
				Zarząd	
				Rada Nadzorcza	
				Komitet Audytu	
				Wynagrodzenie osób zarządzających i nadzorujących	
				Opis zasad zmian Statutu	
				Opis sposobu działania Walnego Zgromadzenia	
<b>2</b>	<b>Wybrane dane finansowe</b>	Str. 5-7			
<b>3</b>	<b>Sytuacja finansowa</b>	Str. 8-14			
	Omówienie danych operacyjnych				
	Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa				
	Prognozy wyników finansowych				
<b>4</b>	<b>Działalność Brand24</b>	Str. 15-26	<b>7</b>	<b>Pozostałe informacje</b>	Str. 46-48
	Informacja nt. Grupy Kapitałowej Brand 24			Zasady sporządzenia sprawozdań finansowych	
	Działalność Grupy Kapitałowej			Postępowania przed sądem, organem właściwym dla	
	Informacja nt. Spółki Zależnej			postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej	
	Obszar operacyjny			Informacja o zatrudnieniu	
	Model biznesowy – oferta produktowa			Zagadnienia dotyczące środowiska naturalnego	
	Odbiorcy usług			Osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju	
	Najważniejsze wydarzenia w 2025 roku oraz do dnia sporządzenia			Wyróżnienia i nagrody	
	sprawozdania			Informacje w sprawie podmiotu uprawnionego do badania	
	Rozwój oferty produktowej			sprawozdań finansowych	
	Obszar finansowy				
	Umowy finansowe				
	Emisje papierów wartościowych				
	Inwestycje				
<b>5</b>	<b>Perspektywy rozwoju oraz ryzyka i zagrożenia</b>	Str. 27-33	<b>8</b>	<b>Oświadczenia zarządu</b>	Str. 49-51
	Strategia Brand24			Oświadczenie Zarządu w sprawie rzetelności sprawozdań	
	Perspektywy i czynniki rozwoju Grupy Kapitałowej			Oświadczenie Zarządu w sprawie firmy audytorskiej	
	Ryzyko prowadzonej działalności				
	Ryzyko operacyjne				
	Ryzyko finansowe				

# List prezesa zarządu

## Drodzy Klienci i Akcjonariusze,

W styczniu minęło osiem lat obecności Brand24 na rynku publicznym. Niedawno ogłosiliśmy decyzję o wycofaniu Spółki z giełdy, dlatego chciałbym podsumować ten ważny etap naszej historii i podzielić się kilkoma refleksjami.

Wejście na giełdę w 2018 roku - najpierw na NewConnect, a następnie na GPW - było dla nas naturalnym krokiem rozwojowym. Pozwoliło pozyskać kapitał na dalszą ekspansję zagraniczną oraz zapewnić płynność inwestorom, którzy wspierali Brand24 we wcześniejszych latach. W tamtym czasie działaliśmy w warunkach istotnych ograniczeń finansowych, podczas gdy nasi konkurenci dysponowali znacznie większymi budżetami.

Z perspektywy czasu widzę, że te ograniczenia były jednocześnie jedną z naszych największych przewag. Zmuszały nas do kreatywności, do szukania niestandardowych rozwiązań produktowych i marketingowych. Wiele z tych decyzji okazało się bardziej wartościowych niż duże wydatki, na które mogli sobie pozwolić inni gracze - wielu z nich dziś już nie ma na rynku. Co istotne, mimo znacznie większej skali działalności, nadal staramy się pielęgnować tę kulturę efektywności i przedsiębiorczości.

Obecność na giełdzie przyniosła nam szereg korzyści. Przede wszystkim umożliwiła szybki dostęp do kapitału w kluczowych momentach. W 2019 roku, po utracie dostępu do API Facebooka, znaleźliśmy się w trudnej sytuacji operacyjnej. Status spółki publicznej pozwolił nam sprawnie przeprowadzić emisję akcji i ustabilizować działalność bez długotrwałych procesów negocjacyjnych.

Giełda zwiększyła również naszą wiarygodność i rozpoznawalność - zarówno w Polsce, jak i za granicą. Dla wielu partnerów i klientów bycie spółką publiczną było potwierdzeniem naszej dojrzałości i transparentności.

Istotnym elementem była także możliwość zapewnienia płynności akcjonariuszom, w tym zespołowi. Programy ESOP nabierają realnej wartości dopiero wtedy, gdy akcje są zbywalne. Możliwość częściowej realizacji zysków wzmacnia motywację i poczucie współuczestnictwa w sukcesie firmy. Podobnie dla założycieli - nawet niewielka sprzedaż akcji na etapie debiutu pozwalała zmaterializować część wartości budowanej przez lata.

Jednocześnie funkcjonowanie na rynku publicznym wiązało się z wyzwaniami. Presja raportowania kwartalnego, bieżąca komunikacja z rynkiem, zmienność kursu akcji - wszystko to wpływało na koncentrację organizacji. Nierzadko narracja rynkowa odbiegała od rzeczywistej kondycji operacyjnej Spółki. Zdarzało się, że mimo poprawiających się fundamentów - rosnącego MRR, lepszej retencji czy wyników finansowych - spadający kurs akcji wpływał negatywnie na percepcję firmy oraz morale zespołu.

Nie ukrywam, że był to również emocjonalny rollercoaster. Brand24 to projekt, który budujemy od lat z ogromnym zaangażowaniem, dlatego okresy niedowartościowania rynkowego były trudne. Szczególnie w sytuacji, gdy w ciągu kilku lat zwiększyliśmy skalę działalności z 7 mln zł przychodów i strat do 28 mln zł przychodów oraz rentowności, a mimo to wycena rynkowa nie odzwierciedlała tego postępu.

Pomimo tych wyzwań, obecność na giełdzie była niezwykle wartościowym doświadczeniem. Pozналиśmy wielu zaangażowanych inwestorów, którzy wspierali nas nie tylko kapitałem, ale również wiedzą i konstruktywnymi uwagami. Zbudowaliśmy relacje, które - mam nadzieję - przetrwają znacznie dłużej niż nasza obecność na rynku publicznym.

Chciałbym serdecznie podziękować wszystkim Akcjonariuszom za zaufanie, jakim obdarzyli Państwo Brand24 w ostatnich latach. Dziękuję za udział w naszej drodze, za pytania, dyskusje i wsparcie - zarówno w momentach sukcesów, jak i wyzwań.

Budowanie firmy to proces długoterminowy. Giełda może być silnym akceleratorem rozwoju, ale niesie ze sobą również istotne obciążenia. Dla nas był to etap intensywny, wymagający i niezwykle pouczający.

Z wdzięcznością patrzę na tę część historii Brand24. Jestem przekonany, że doświadczenia zdobyte w tym czasie będą solidnym fundamentem dla kolejnych etapów rozwoju Spółki.

Z wyrazami szacunku,

Michał Sadowski, Prezes Zarządu Brand 24 S.A.

BRAND24



Dane  
finansowe



# Dane finansowe

## Wybrane skonsolidowane dane finansowe grupy kapitałowej Brand24

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

- kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2025 roku 1 EUR = 4,2267 PLN
- kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2024 roku 1 EUR = 4,2730 PLN

Pozycje dotyczące rachunku wyników przeliczono według kursu stanowiącego średnią arytmetyczną średnich kursów ogłaszanych przez NBP obowiązujących na ostatni dzień każdego miesiąca. Kurs ten wyniósł:

- w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2025 roku 1 EUR = 4,2372 PLN
- w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2024 roku 1 EUR = 4,3042 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	
	2025	2024	2025	2024
Przychody ze sprzedaży	42 644	35 281	10 064	8 197
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	20 387	18 019	4 811	4 186
EBITDA	8 155	4 103	1 925	953
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	3 143	27	742	6
Zysk (strata) netto	2 787	571	658	133
	31.12.2025	31.12.2024	31.12.2025	31.12.2024
Aktywa razem	27 399	24 523	6 482	5 739
Aktywa obrotowe	12 023	9 446	2 845	2 211
Kapitał własny	12 831	9 833	3 036	2 301
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	14 568	14 690	3 447	3 438
Zobowiązania długoterminowe	2 659	4 870	629	1 140

# Dane finansowe

Wybrane jednostkowe dane finansowe Brand 24 S.A.

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

- kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2025 roku 1 EUR = 4,2267 PLN
- kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2024 roku 1 EUR = 4,2730 PLN

Pozycje dotyczące rachunku wyników przeliczono według kursu stanowiącego średnią arytmetyczną średnich kursów ogłaszanych przez NBP obowiązujących na ostatni dzień każdego miesiąca. Kurs ten wyniósł:

- w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2025 roku 1 EUR = 4,2372 PLN
- w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2024 roku 1 EUR = 4,3042 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	
	2025	2024	2025	2024
Przychody ze sprzedaży	39 551	32 937	9 334	7 652
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	19 273	17 479	4 549	4 061
EBITDA	7 154	3 746	1 688	870
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	2 142	(330)	506	(77)
Zysk (strata) netto	2 191	186	517	43
	31.12.2025	31.12.2024	31.12.2025	31.12.2024
Aktywa razem	25 296	23 475	5 985	5 494
Aktywa obrotowe	9 833	8 478	2 326	1 984
Kapitał własny	10 879	8 688	2 574	2 033
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	14 417	14 787	3 411	3 461
Zobowiązania długoterminowe	2 659	4 870	629	1 140

---

# Sytuacja finansowa



**Omówienie danych operacyjnych**



**Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa**



**Prognozy wyników finansowych**

# Dane operacyjne

## Omówienie danych operacyjnych

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

Na koniec IV kwartału 2025 roku Grupa zanotowała MRR większy o ok. 34% w ujęciu rok do roku poprawiając kluczowe wskaźniki operacyjne wpływające na wzrost MRR – pozyskiwanie przychodów z nowych klientów, utrata przychodów odchodzących klientów i w efekcie średni przychód z klienta.

Grupa Brand24 w sposób ciągły kontynuuje proces zmian cennikowych dla obecnych i nowych klientów narzędzia, co ma pozytywny wpływ na wzrost MRR. Jednocześnie klienci otrzymują nowe funkcje w ramach narzędzia, opisane w dalszej części raportu, co przekłada się na większe chęci zakupowe i oraz na przesuwanie klientów na wyższe plany abonamentowe.

Poza przychodami uzyskiwanymi z narzędzia Brand24 spółka sprzedaje również nowe produkty – Insights24 oraz aplikację Media Monitoring na platformie Semrush Marketplace. Produkty te w 2025 roku wygenerowały łącznie 3.5 mln PLN przychodu.

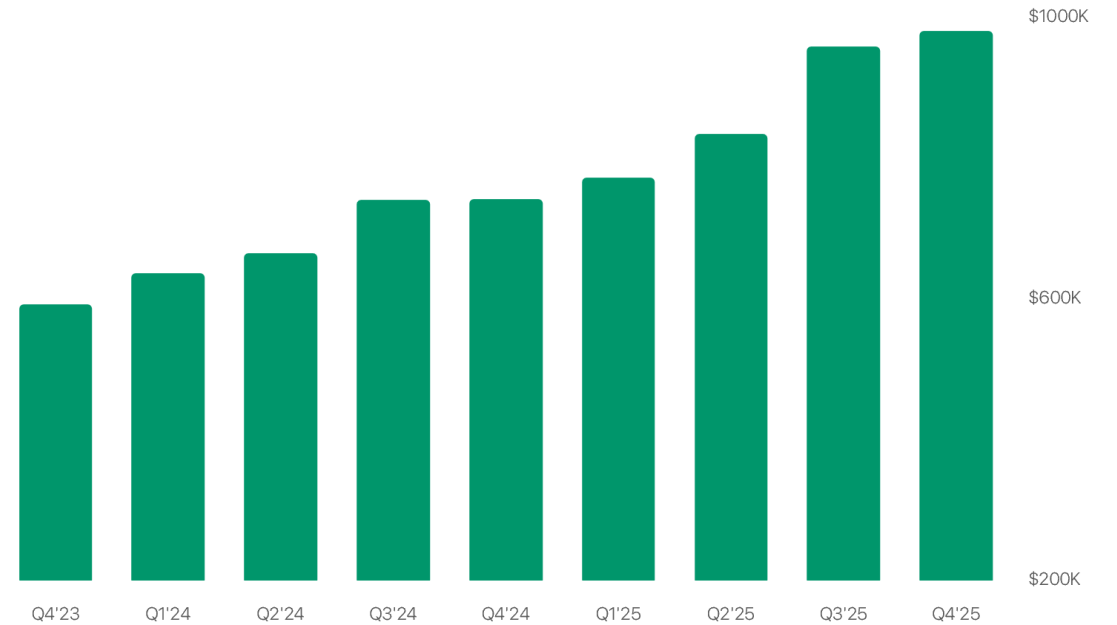
Poza wskaźnikami operacyjnymi, wpływ finansowy na MRR ma również kurs dolara amerykańskiego, który jest ostatecznie raportowany w przychodach Grupy.

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 IV kwartału 2025 roku operacyjny MRR wynosił \$973 tys. (3.7 mln PLN).

kluczowe wskaźniki

## MRR



# Dane operacyjne

## Omówienie danych operacyjnych

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

Średni wskaźnik ARPU na koniec IV kwartału 2025 roku wzrósł do poziomu \$264 (993 zł), co oznacza wzrost o 38% w porównaniu do analogicznego okresu poprzedniego roku. Grupa kontynuuje proces aktualizacji cennika produktowego dla poszczególnych grup klientów.

Wersję globalną narzędzia charakteryzuje wyższy poziom ARPU co jest pochodną cennika oraz większego odsetka klientów wybierających najdroższą wersję planu abonamentowego.

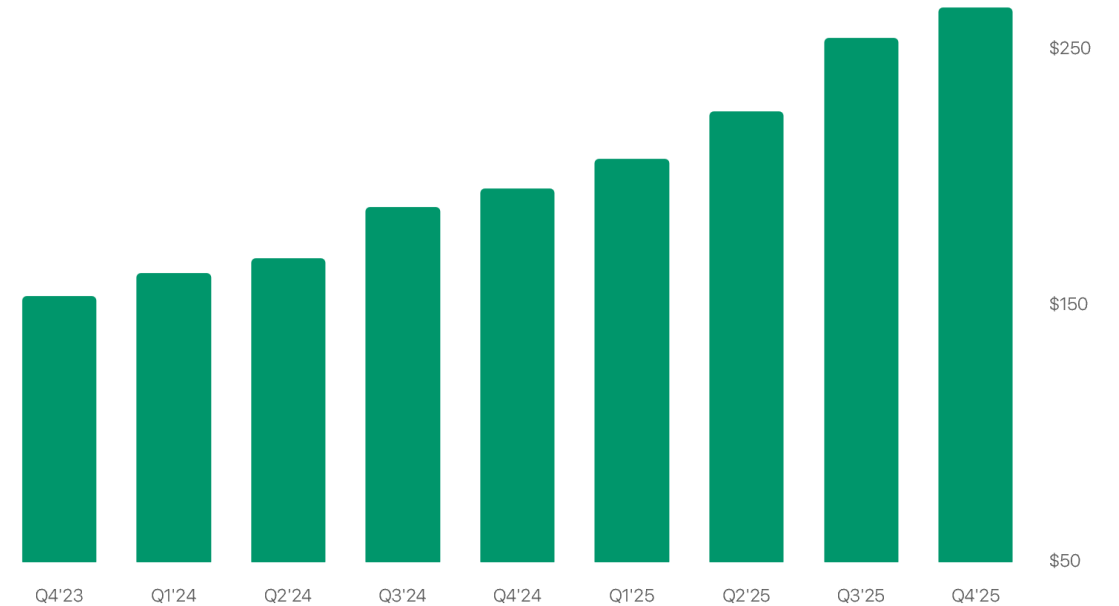
Zwiększający się udział klientów zagranicznych (o wyższym ARPU niż w wersji polskiej narzędzia) w portfolio wszystkich klientów Grupy Brand 24 skutkuje stopniowym wzrostem całkowitego ARPU spółki (przy założeniu stabilnego kursu dolara).

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

- zmiana cen dla istniejących klientów;
- przebudowa cennika dla nowych klientów;
- kurs USD względem PLN;
- pojawienie się nowych funkcji aplikacji BRAND24;
- geograficzny podział klientów korzystających z narzędzia Brand 24

kluczowe wskaźniki

## ARPU



# Wyniki finansowe

## Podsumowanie 2025 roku

Grupa Brand 24 zakończyła rok 2025 ze skonsolidowanymi przychodami na poziomie 42.6 mln zł (21% r/r), natomiast w okresie samego IV kwartału 2025 r. skonsolidowane przychody wyniosły 12.0 mln zł, o 1.2 mln zł więcej (+11%) niż w kwartale poprzednim oraz 2.1 mln zł więcej (+21%) niż analogicznym okresie roku poprzedniego. Wzrosty przychodów wynikają bezpośrednio z większego MRR, w tym w szczególności z ARPU, co jest efektem lepszej sprzedaży, zmian cennikowych głównego produktu oraz sprzedaży nowych produktów Grupy – Insights24 oraz aplikacji Media Monitoring na platformę Semrush Marketplace. Na ostateczny wynik przychodów Grupy mają wpływ przychody z produktów, pozostałe przychody niesubskrypcyjne oraz kursy walut.

Wyższe przychody Grupy przekładają się bezpośrednio na wyniki operacyjne. Skonsolidowana EBITDA Grupy wyniosła w 2025 roku 8.1 mln PLN, co oznacza wzrost o 99% w stosunku do analogicznego okresu w roku poprzednim. W samym kwartale IV 2025 roku Grupa wypracowała skonsolidowaną EBITDA na poziomie 2.5 mln PLN, a na poziomie zysku operacyjnego to 1.2 mln PLN. W 2025 roku koszty operacyjne zostały obciążone nową umową podpisaną z X Internet Unlimited Company na dostarczanie danych, o której Spółka informowała w RB 19/2025.

Przychody/Koszty finansowe związane są z obsługą kredytową oraz wyceny z tytułu różnic kursowych.

Grupa cały czas inwestuje w rozwój produktu, nie tylko poprzez inwestycje w produkt, ale także poprzez koszty pozyskania klienta. Grupa obecnie skupia się na budowaniu nowych produktów oraz poprawie marżowości operacyjnej biznesu. W perspektywie czasu powinno to wpłynąć na dalsze powiększanie przychodów ze sprzedaży oraz rentowności.

Pozycja	w tys. PLN		
	2025	2024	Zmiana
<b>Przychody netto ze sprzedaży</b>	<b>42 644</b>	<b>35 281</b>	<b>7 363</b>
Koszty sprzedanych usług	22 257	17 262	4 995
<b>Zysk brutto ze sprzedaży</b>	<b>20 387</b>	<b>18 019</b>	<b>2 368</b>
Koszty sprzedaży	9 253	6 868	2 385
Koszty ogólnego zarządu	8 517	11 620	(3 103)
Pozostałe przychody operacyjne	624	612	12
Pozostałe koszty operacyjne	98	116	(18)
<b>EBIT</b>	<b>3 143</b>	<b>27</b>	<b>3 116</b>
<b>EBITDA</b>	<b>8 155</b>	<b>4 103</b>	<b>4 052</b>
Przychody finansowe	1 012	833	179
Koszty finansowe	665	280	385
Zysk brutto	3 490	580	2 910
<b>Zysk netto</b>	<b>2 787</b>	<b>571</b>	<b>2 216</b>

# Wyniki finansowe

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.

Po stronie zobowiązań odzwierciedleniem zastosowania MSSF 16 jest pozycja Zobowiązania z tytułu leasingu. Grupa w ramach umów leasingu rozpoznaje umowy dotyczące wynajmu powierzchni biurowych oraz dzierżawy serwerów. W ramach zobowiązań do wykonania świadczenia Grupa rozpoznaje przychody odroczone ze sprzedaży abonamentów na okresy dłuższe niż jeden miesiąc oraz dofinansowanie projektów B+R. W pozostałych zobowiązaniach uwzględniona jest wycena kontraktów walutowych.

AKTYWA Pozycja	w tys. PLN		
	31.12.2025	31.12.2024	Zmiana
<b>Aktywa trwałe</b>	<b>15 376</b>	<b>15 077</b>	<b>299</b>
Rzeczowe aktywa trwałe	447	557	(110)
Aktywa z tytułu prawa do użytkowania	3 348	4 208	(860)
Wartości niematerialne	10 480	9 661	819
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	409	440	(31)
Pozostałe aktywa trwałe	692	211	481
<b>Aktywa obrotowe</b>	<b>12 023</b>	<b>9 446</b>	<b>2 577</b>
Należności handlowe	1 587	1 023	564
Należności z tytułu bieżącego podatku dochodowego	-	113	(113)
Pozostałe należności	676	431	245
Rozliczenia międzyokresowe	645	612	33
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	9 115	7 267	1 848
<b>Aktywa razem</b>	<b>27 399</b>	<b>24 523</b>	<b>2 876</b>

PASywa Pozycja	w tys. PLN		
	31.12.2025	31.12.2024	Zmiana
<b>Kapitał własny</b>	<b>12 831</b>	<b>9 833</b>	<b>2 998</b>
Kapitał podstawowy	227	227	-
Kapitał zapasowy	7 831	7 831	-
Pozostałe kapitały	5 737	5 737	-
Różnice kursowe z przeliczenia	195	(16)	211
Zyski zatrzymane	(1 159)	(3 946)	2 787
<b>Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania</b>	<b>14 568</b>	<b>14 690</b>	<b>(122)</b>
Zobowiązania z tytułu leasingu	3 545	4 379	(834)
Zobowiązania handlowe	772	1 683	(911)
Zobowiązania do wykonania świadczenia	7 906	6 925	981
Kredyty i pożyczki	-	26	(26)
Rezerwy i Pozostałe	2 345	1 677	668
<b>Pasywa razem</b>	<b>27 399</b>	<b>24 523</b>	<b>2 876</b>

# Wyniki finansowe

## Sytuacja majątkowa / Prognozy

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

Działalność inwestycyjna jest realizowana poprzez prace rozwojowe nad narzędziem Brand24, tak aby sprostać potrzebom klientów i utrzymać konkurencyjność na rynku. W roku 2025 wydatki na Prace Rozwojowe wyniosły 3.8 mln zł. W działalności inwestycyjnej zostało też uwzględnione rozliczenie dofinansowania na prace związane z projektem Grupy z obszaru B+R.

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. Grupa też sukcesywnie spłaca kredyt, aby zmniejszyć zadłużenie zewnętrzne.

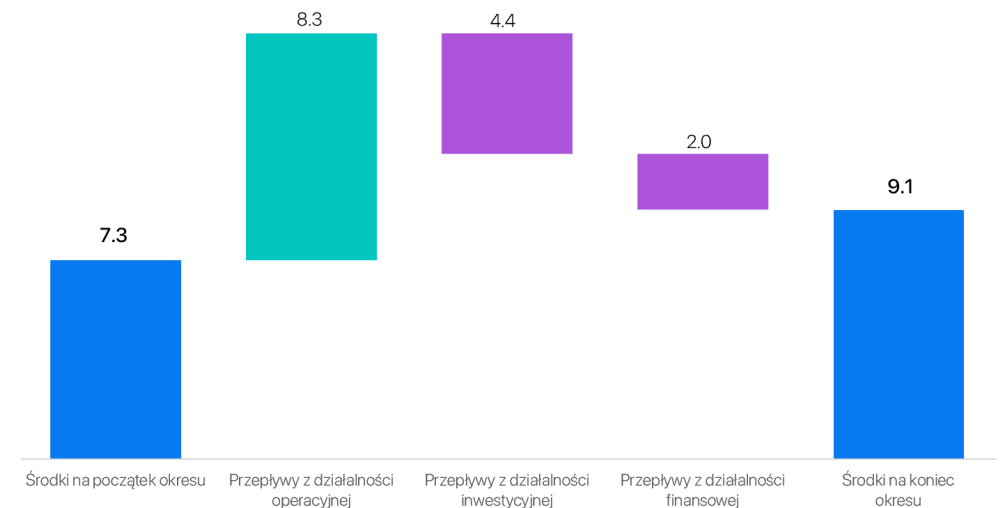
Mając na względzie bieżący poziom kosztów prowadzenia działalności, zakres udostępnionych produktów finansowych oraz przewidywane przepływy pieniężne z podstawowej działalności operacyjnej w perspektywie kolejnych miesięcy, na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania Emitent nie identyfikuje istotnych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

## Prognozy wyników finansowych

Emitent nie publikował jednostkowych oraz skonsolidowanych prognoz wyników finansowych na rok 2025.

Przepływy pieniężne Pozycja	w mln PLN		
	2025	2024	Zmiana
Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej	8.3	6.3	2.0
Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej	(4.4)	(3.7)	(0.7)
Przepływy pieniężne z działalności finansowej	(2.0)	(2.0)	(0.1)
<b>Przepływy pieniężne netto</b>	<b>1.8</b>	<b>0.6</b>	<b>1.3</b>
Środki pieniężne na początek okresu	7.3	6.7	0.6
<b>Środki pieniężne na koniec okresu</b>	<b>9.1</b>	<b>7.3</b>	<b>1.8</b>

Przepływy pieniężne mln PLN



# Sytuacja finansowa

Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa

## Zarządzanie zasobami finansowymi

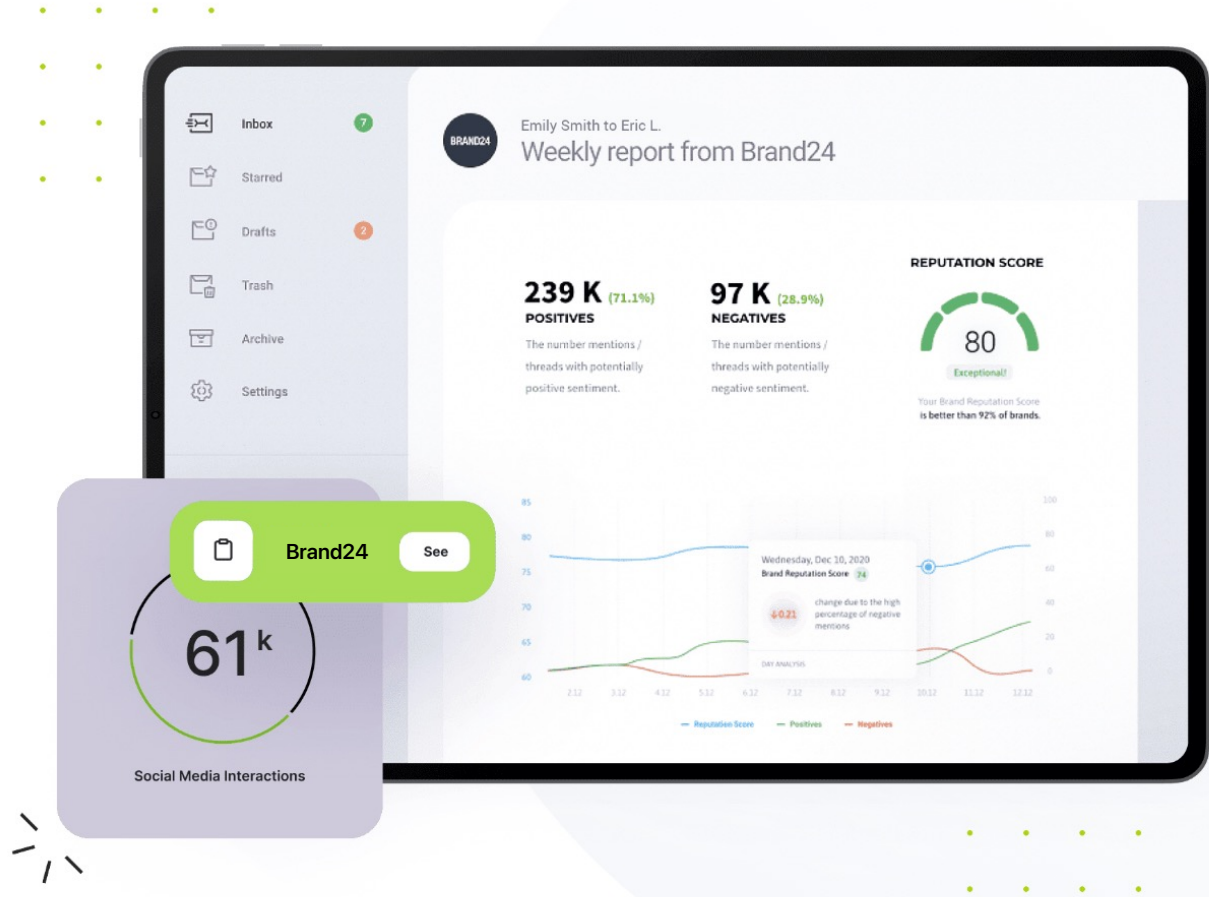
W okresie sprawozdawczym Grupa kontynuowała politykę finansowania swojej działalności z kapitału własnego, akumulowanych zysków oraz finansowania zewnętrznego.

W efekcie tych działań Grupa utrzymuje stabilną zdolność do obsługi zobowiązań bieżących jak również związanych z realizowanymi inwestycjami w produkty własne. Grupa na bieżąco zarządza płynnością finansową oraz nadzoruje sytuację w zakresie należności i zobowiązań.

Posiadane przez Grupę zasoby finansowe są wystarczające na obsługę bieżącej działalności operacyjnej i wywiązywanie się z zaciągniętych zobowiązań.

## Opis istotnych pozycji pozabilansowych w ujęciu podmiotowym, przedmiotowym i wartościowym

W Grupie nie występują istotne pozycje pozabilansowe.





## Informacja nt. grupy kapitałowej Brand24

- działalność Grupy Kapitałowej Brand 24



## Obszar operacyjny

- model biznesowy – oferta produktowa
- odbiorcy usług
- najważniejsze wydarzenia w okresie sprawozdawczym oraz do dnia sporządzenia sprawozdania
- rozwój oferty produktowej



## Obszar finansowy

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

# Działalność grupy kapitałowej Brand24

## Skład grupy / Model biznesowy

### 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 dniu 28 maja 2025 r. Rada Nadzorcza powołała w skład Zarządu Emitenta na kolejną trzyletnią wspólną kadencję Pana Michała Sadowskiego powierzając mu funkcję Prezesa Zarządu, Pana Piotra Wierzejewskiego powierzając mu funkcję Członka Zarządu oraz Pana Bartosza Kozłowskiego powierzając mu funkcję Członka Zarządu. Poza powyższym w 2025 r. nie wystąpiły zmiany w składzie oraz zasadach zarządzania Grupą Kapitałową Brand 24.

### Działalność Grupy Kapitałowej Brand24

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 2 biura w Polsce zlokalizowane we Wrocławiu i Warszawie.

Spółka Zależna została utworzona i działa zgodnie z prawem stanu Delaware (USA). Emitent posiada 100% kapitału zakładowego/ogólnej liczby głosów w tej spółce. Spółka Zależna prowadzi działalność tożsamą do działalności Emitenta na terytorium Stanów Zjednoczonych i dostarcza rozwiązania identyczne jak Brand 24 S.A. Działalność operacyjna Spółki Zależnej sprowadza się do roli dystrybutora usług, jakie świadczy Brand 24 S.A, a zarazem Spółka Zależna nie handluje żadnymi innymi usługami.

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

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

### Konsolidacja

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

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

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

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

### Zgodność z Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej

Sprawozdanie finansowe za rok obrotowy 2025 jest sporządzone zgodnie z Międzynarodowymi Standardami Rachunkowości, Międzynarodowymi Standardami Sprawozdawczości Finansowej oraz interpretacjami wydanymi przez Radę Międzynarodowych Standardów Rachunkowości zatwierdzonymi przez Unię Europejską. Od sprawozdania za rok 2018, Spółka przygotowuje sprawozdania zgodnie z MSSF.

### Opis zmian w organizacji oraz zasadach zarządzania przedsiębiorstwem oraz Grupą Kapitałową

W 2025 r. nie nastąpiły żadne istotne zmiany w zasadach zarządzania Jednostką Dominującą oraz Grupą.

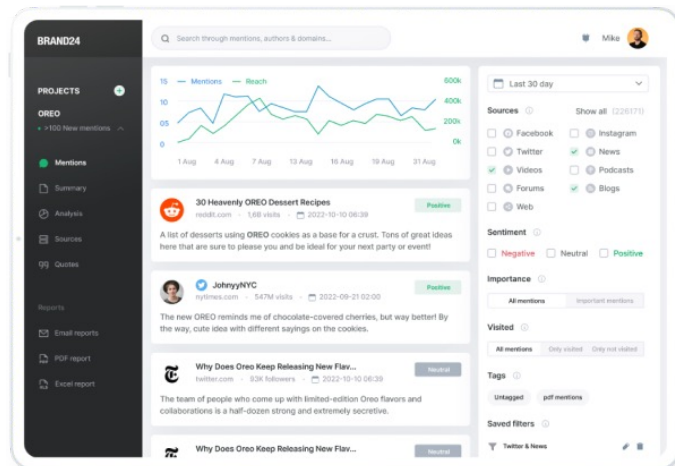
# Działalność grupy kapitałowej Brand24

## Oferta produktowa

### 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.



# Działalność grupy kapitałowej Brand24

Oferta produktowa



## Ochrona reputacji

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



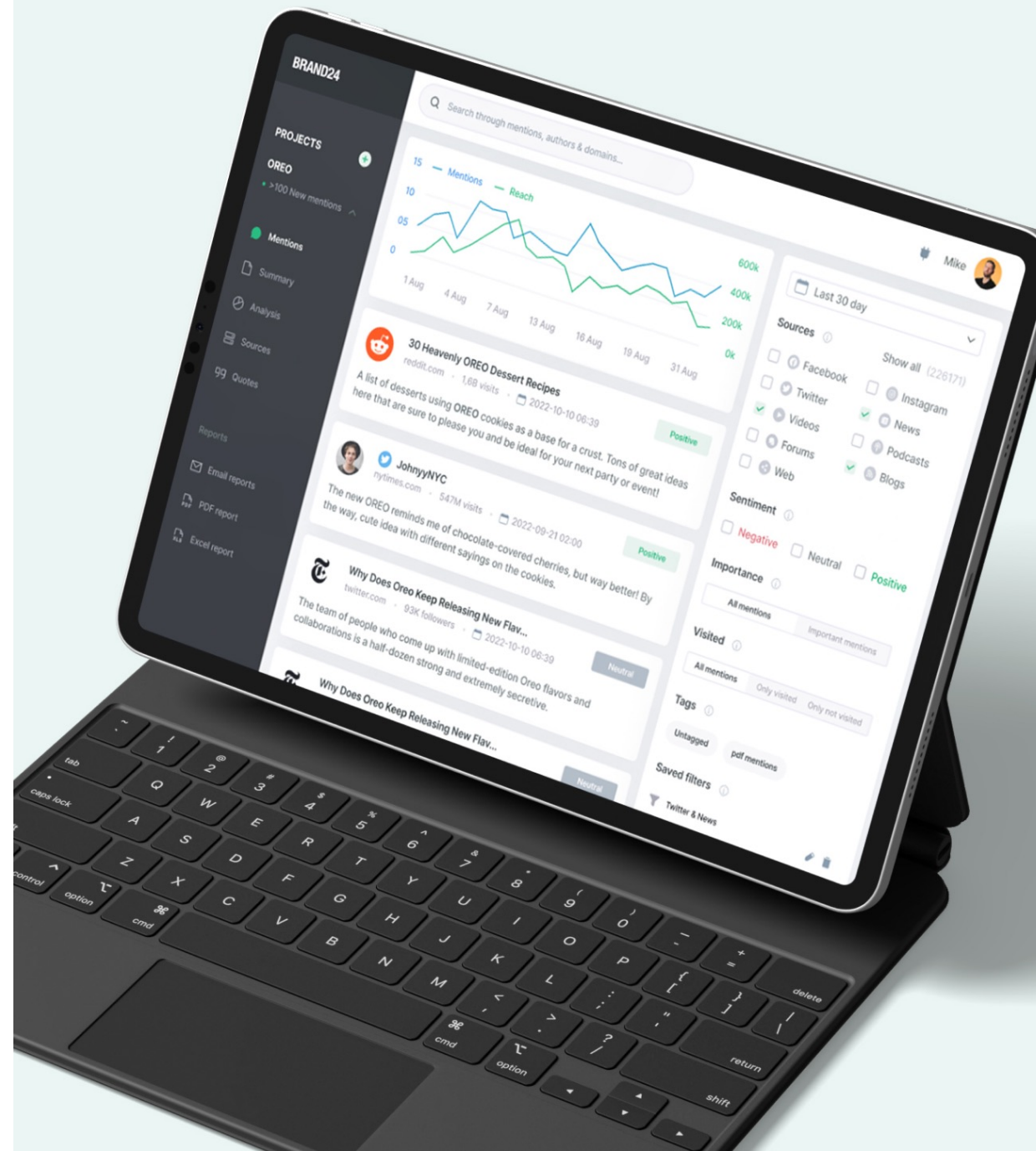
## Ocena marketingu

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



# Obszar operacyjny

## Model biznesowy

## Technologia

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

- działanie w czasie rzeczywistym,
- możliwość uzyskania dostępu do oprogramowania w dowolnym czasie, z dowolnego miejsca na ziemi i z dowolnego urządzenia z podłączeniem do Internetu,
- automatyzacja procesu wyszukiwania poruszanych w Internecie zagadnień przy wykorzystaniu technologii big data (wykorzystanie robotów internetowych, ang. "web crawler"),
- archiwizacja miliardów wzmianek identyfikowanych dla byłych i obecnych klientów Grupy oraz udostępnianie zasobów archiwalnych, przy kolejnych wyszukiwanych,
- 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.

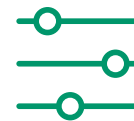
## Model SaaS

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:

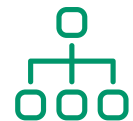
- oszczędności na kosztach sprzętu, infrastruktury, wsparcia i serwisu,
- uproszczenie procesu implementacji aplikacji (krótki czas wdrożenia oraz marginalne koszty implementacji) – dotyczy to również aktualizacji oprogramowania do najnowszej wersji, która najczęściej wykonywana jest przez dostawcę automatycznie 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.



łatwa skalowalność



oszczędność zasobów



korzyści skali wpływające na jakość produktu



# Obszar operacyjny

Model biznesowy



Interfejs Użytkownika



Analizy i Zbiory Big Data



Sieć Publiczna

Klienci

Aplikacja Webowa

Aplikacja na telefon

Alerty Mailowe

Połączenie do Danych

Analiza Danych

Zbiór Danych

Miliony operacji  
Pobierania danych

**Analiza Danych**

Portale społecznościowe  
Fora internetowe  
Błogi  
Strony z Newsami  
Inne

Część Interfejsowa  
Zespół IT

Część Funkcjonalna  
Zespół IT

Część zbierania danych  
Zespół IT



# Obszar operacyjny

## Odbiorcy usług

Najczęstszymi odbiorcami oprogramowania Grupy są firmy, zatrudniające do 250 osób, które stanowią ponad 50% całkowitej liczby klientów, jednocześnie klientami Emitenta są również rozpoznawalne globalnie i regionalnie marki.

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. W 2025 roku udział żadnego z odbiorców nie przekroczył progu 10% przychodów ze sprzedaży.

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.

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

## Przychody 2022 - 2025

Informacja nt. przychodów Grupy z tytułu świadczonych usług w poszczególnych kwartałach



Struktura geograficzna klientów Grupy Brand 24 według stanu na koniec 2025 roku:



## Podział MRR

# \$973k

Świat 85%

Polska 15%

# Obszar operacyjny

## Dostawcy / Znaczące umowy

### Dostawcy

Grupa identyfikuje trzech dużych dostawców, którzy świadczą usługi, które są niezbędne do prawidłowego i sprawnego funkcjonowania rozwiązania Brand24. Podmioty te świadczą usługi w zakresie odpowiednio dostarcza serwerów, danych oraz usług marketingowych.

W 2025 roku udział żadnego z dostawców nie przekroczył progu 10% wartości przychodów ze sprzedaży Emitenta oraz Grupy.

### Umowy znaczące

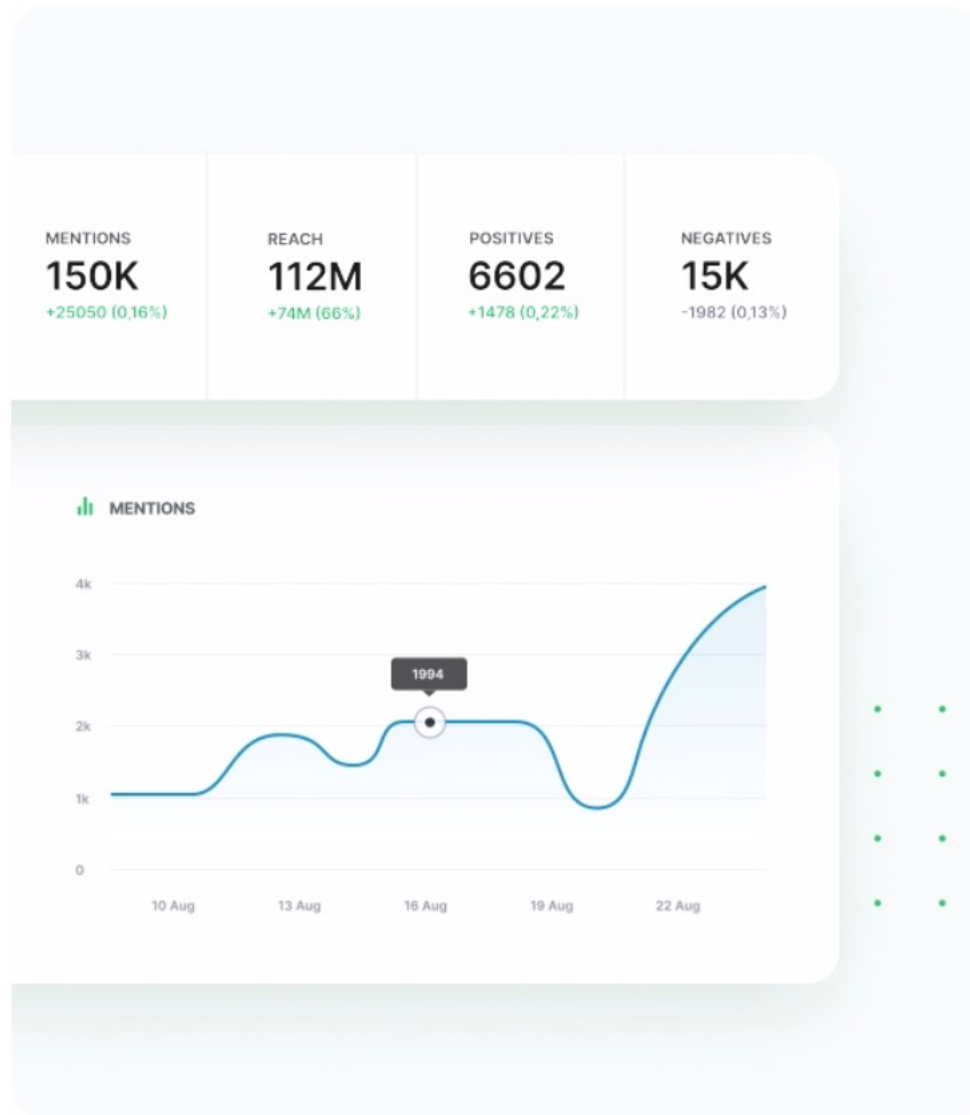
W toku prowadzonej działalności spółki z Grupy Brand 24 nie zawierają umów o znaczącej wartości.

### Umowy ubezpieczenia

Grupa posiada standardowe polisy ubezpieczeniowe obejmujące ochroną ubezpieczeniową m.in. ich majątek ruchomy na wypadek szkody, a także ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej wobec osób trzecich w związku z prowadzoną działalnością.

### Umowy o współpracy lub kooperacji

Grupa Brand 24 nie jest stroną znaczących umów o współpracy lub kooperacji.



# Obszar operacyjny

Najważniejsze wydarzenia w 2025 roku oraz do dnia sporządzenia sprawozdania

## Zdarzenia operacyjne

Poniżej przedstawiono najważniejsze wydarzenia o charakterze operacyjnym jakie miały miejsce w 2025 roku:

- Wprowadzenie możliwości generowania Raportów QuickShare
- Umożliwienie eksportu danych do prezentacji w formacie PPTX
- Wprowadzenie nowej metody płatności – Paypal
- Nowa umowa na dostarczanie danych z X Internet Unlimited Company

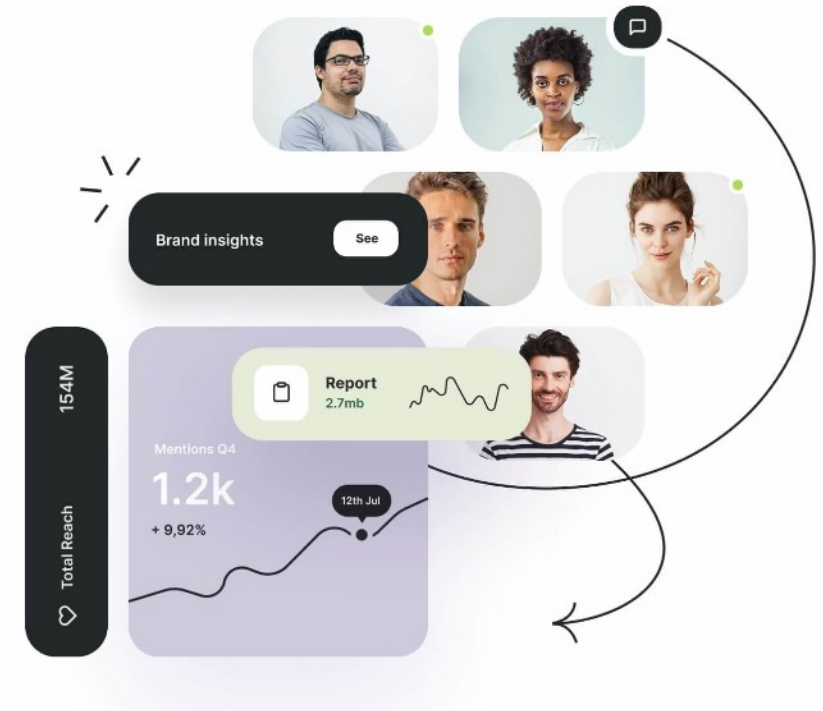
## Nowe produkty

Poza głównym produktem jakim jest narzędzie Brand24 Grupa sprzedaje też nowe narzędzia takie jak Insights24 oraz aplikację Media Monitoring na platformie Semrush Marketplace.

Insights24 to szyte na miarę raporty oparte na danych przetworzonych przez wyspecjalizowany dział analityczny wspomagany zaawansowanymi narzędziami informatycznymi. Pozwalają one m.in. obiektywnie oceniać efekty działań marketingowych oraz porównywać skuteczność z benchmarkiem rynkowym oraz bezpośrednią konkurencją.

Semrush Marketplace to platforma z narzędziami wspierającymi online marketing. Z jej usług korzysta około 10 mln firm na całym świecie. W ramach współpracy z Semrush, zespół Brand24 stworzył dedykowaną uproszczoną aplikację do monitoringu mediów, która jest dystrybuowana na platformie.

W ciągu 2025 roku Grupa wygenerowała 2.6 mln PLN przychodów z produktu Insights24 oraz 0.9 mln PLN przychodów aplikacji z platformy Semrush.





# Plany produktowe

Najważniejsze projekty na roadmapie produktowej na najbliższe miesiące

**Q2  
2026**

- Search Context
- Brand Popularity Index

**Q3  
2026**

- Smart Project Configuration
- AI Visibility Module



# Obszar operacyjny

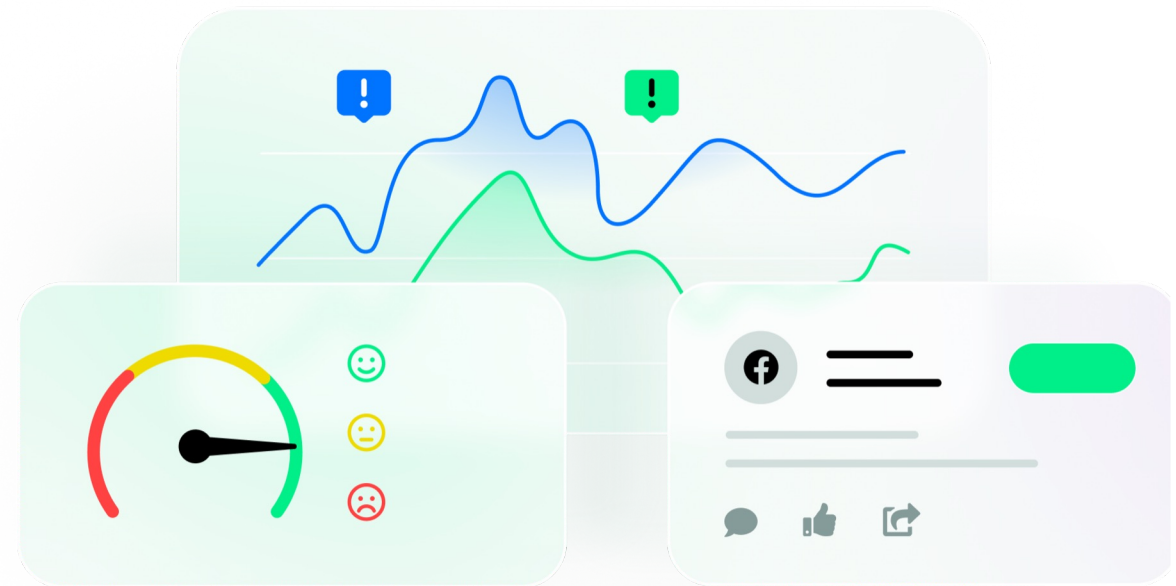
Najważniejsze wydarzenia w 2025 roku oraz do dnia sporządzenia sprawozdania

## Inne wybrane wydarzenia

W trakcie okresu sprawozdawczego, poza informacjami zamieszczonymi w niniejszym sprawozdaniu, nie miały miejsca inne istotne wydarzenia, które dotyczyłyby Grupy Kapitałowej Brand24.

## Istotne zdarzenia po zakończeniu okresu sprawozdawczego

Na dzień publikacji niniejszego sprawozdania poza informacjami zamieszczonymi w niniejszym sprawozdaniu nie miały miejsca inne istotne wydarzenia, które dotyczyłyby Grupy Kapitałowej Brand24.



# Obszar finansowy

## Pozostałe informacje

### Umowy finansowe

W ramach zarządzania ryzykiem walutowym oraz ograniczenia wpływu ryzyka walutowego na wyniki finansowe, Grupa współpracuje z bankiem, z którym ma możliwość wymieniać walutę (USD) po ustalonym wcześniej kursie. Na dzień sporządzenia sprawozdania maksymalna wartość zleceń, do jakiej Grupa może wymienić walutę to kwota 11.7 mln zł przy średnim kursie 1 USD = 3,67 PLN z maksymalnym terminem rozliczeń przypadającym na grudzień 2026 roku.

W 2025 roku spółki z Grupy Kapitałowej Brand 24 nie udzielały pożyczek, poręczeń lub gwarancji.

Na dzień 31 grudnia 2025 roku oraz na dzień publikacji niniejszego raportu Emitent nie posiadał udzielonych poręczeń lub gwarancji jak również innych wystawionych weksli niż wskazane powyżej.

### Emisje papierów wartościowych

W okresie sprawozdawczym oraz do dnia publikacji niniejszego raportu nie miały miejsca emisje papierów wartościowych.

### Transakcje z podmiotami powiązanymi

W 2025 roku Emitent nie zawierał transakcji z podmiotami powiązanymi na warunkach innych niż rynkowe.

### Inwestycje

W 2025 roku poniesione zostały nakłady inwestycyjne na prace rozwojowe nad produktem w wysokości 3.8 mln PLN. Grupa stale rozwija swój produkt, tak aby sprostać potrzebom klientów i utrzymać konkurencyjność na rynku.

Poza powyższym w 2025 roku Spółka nie dokonywała innych znaczących inwestycji w ramach Grupy Kapitałowej.

### Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych

Zaplanowane inwestycje będą finansowane ze środków własnych Grupy lub finansowania zewnętrznego. Spółka posiada odpowiednie możliwości finansowania swoich zamierzeń inwestycyjnych.

# Perspektywy rozwoju oraz ryzyka i zagrożenia



## Strategia Grupy Brand24



## Perspektywy i czynniki rozwoju

- działalność Grupy Kapitałowej Brand 24



## Ryzyko prowadzonej działalności

- ryzyko operacyjne
- ryzyko finansowe

# Strategia Grupy Brand 24 S.A.

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

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



## Know-how Brand24

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:



## Nowa wersja Brand24

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.



## Content Marketing

Inwestycji 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

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.



## Insights24

W 2021 roku ruszył nowy produkt Insights24 (wcześniej nazywany Custom Reports), który pozyskał pierwszych klientów jeszcze przed oficjalnym startem w Q2'21, a dziś generuje systematycznie rosnące przychody. W przyszłości będzie raportowany jako osobna linia przychodowa. Średni przychód per klient w tym nowym produkcie premium jest kilkunastokrotnie wyższy niż w samym narzędziu Brand24. Grupa w 2022 roku uruchomiła również swój produkt na platformie Semrush Marketplace i pozyskuje tam pierwszych klientów. Jest to uproszczona i tańsza wersja narzędzia Brand24.

# Perspektywy i czynniki rozwoju

Emitent działa na rynku tzw. usług w chmurze. Chmura obliczeniowa jest modelem przetwarzania danych opartym na szeregu usług dostarczonych przez zewnętrznych usługodawców. Za pośrednictwem chmury oferowany jest oprogramowanie oraz konieczna infrastruktura. Tego typu model dystrybucji oznacza eliminację konieczności zakupu licencji oraz konieczności instalowania i administrowania oprogramowaniem u konsumenta. Cechą charakterystyczną usług świadczonych w chmurze jest swoista standaryzacja, oznacza to, że usługa nie jest tworzona pod konkretny podmiot, lecz dla szerokiej grupy klientów i zawiera pakiet ustandaryzowanych rozwiązań.

Działanie chmury polega na przeniesieniu ciężaru świadczenia usługi na serwer i udzielenie do niego dostępu poprzez komputery klienckie (np. za pośrednictwem przeglądarki internetowej). Tego rodzaju podejście powoduje, że za zapewnienie bezpieczeństwa odpowiedzialny jest dostawca usługi (po stronie serwera), a szybkość jej funkcjonowania zależna jest od parametrów samego serwera.

Oprogramowanie SaaS (*Software-as-a-Service*) stanowi jeden z modeli chmury obliczeniowej coraz częściej zastępują tradycyjne oprogramowanie pozwalając klientom na optymalizację wykorzystywanych zasobów, podniesienie niezawodności, skalowalności i elastyczności wykorzystywanych rozwiązań. Jednym z czterech segmentów usług wyróżnianych w ramach rynku Cloud Computing jest wspomniany model SaaS.

Obecnie w modelu SaaS oferowany jest szeroki wachlarz aplikacji, które wspierają szerokie spektrum procesów w przedsiębiorstwie.

Coraz większa liczba globalnych graczy w dziedzinie oprogramowania zaczyna sprzedawać swoje produkty w modelu SaaS np. Microsoft czy Adobe Systems.

Coraz większa liczba globalnych graczy w dziedzinie oprogramowania zaczyna sprzedawać swoje produkty w modelu SaaS np. Microsoft czy Adobe Systems.

Najczęściej w modelu SaaS oferowane jest oprogramowanie typu:

- aplikacje do zarządzania przedsiębiorstwem:
  - CRM – zarządzanie relacjami z klientami,
  - ERP – planowanie zasobów przedsiębiorstwa,
  - CSM – zarządzanie łańcuchem dostaw,
  - PLM – zarządzanie cyklem życia produktu.
- zarządzanie zasobami ludzkimi,
- aplikacje biurowe typu Microsoft Office i podobne,
- systemy poczty elektronicznej,
- systemy zarządzania treścią (CMS),
- programy służące analizie ruchu w serwisach WWW,
- aplikacje związane z zarządzaniem projektami,
- aplikacje księgowo,
- systemy wspierające handel w sieci (e-commerce).

# Ryzyko prowadzonej działalności

Grupa 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 Grupa na bieżąco doskonali swoje produkty tak aby odpowiedzieć zmieniającym się trendom i oczekiwaniom użytkowników i tym samym uniknąć ryzyka ponadstandardowej rezygnacji klientów z usług Grupy. Poniżej zamieszczono informacje nt. najistotniejszych ryzyk dotyczących działalności Grupy.

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 prowadzonej działalności

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, wiązałyby 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 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.

# Ryzyko prowadzonej działalności

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 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 prowadzonej działalności

Ryzyko finansowe	Opis ryzyka
Ryzyko związane ze zmianami kursów walut	Grupa narażona jest na ryzyko kursowe w związku z istotnym udziałem sprzedaży realizowanej w walucie obcej. Ryzyko walutowe Brand 24 S.A. wynika bezpośrednio z ponoszenia większości kosztów działalności bieżącej w PLN z uwagi na lokalizację Emitenta w Polsce oraz z generowania istotnej sprzedaży denominowanej w walutach obcych (przeze wszystkim w USD). Zmienność kursów walutowych wpływa przede wszystkim na zmiany wartości przychodów oraz należności w przeliczeniu na PLN. Istnieje zatem ryzyko umocnienia polskiej waluty, które będzie powodować szybszy wzrost wolumenu sprzedaży niż przychodów ze sprzedaży zagranicznej wyrażonej w PLN, wpływając tym samym na obniżenie rentowności sprzedaży. Mając na uwadze dalsze plany Spółki związane z rozwojem sprzedaży na rynkach zagranicznych można spodziewać się wzrostu ryzyka walutowego w działalności Spółki. Istotna zmiana kursów walut może mieć niekorzystny wpływ na wysokość przychodów ze sprzedaży wyrażonych w walucie polskiej.
Ryzyko zmian stopy procentowej	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.
Ryzyko zmiany cen	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 odchyleń od założonej efektywności pakietów podejmowane są decyzje odnośnie dokonania ewentualnych korekt w tym obszarze.
Ryzyko związane z płynnością	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.

# Informacje korporacyjne



## Stosowane zasady ładu korporacyjnego



## Akcje i akcjonariat

- zmiany w kapitale zakładowym
- struktura kapitału zakładowego
- struktura akcjonariatu



## Władze

- Zarząd
- Rada Nadzorcza
- Komitet Audytu
- wynagrodzenie osób zarządzających i nadzorujących
- opis zasad zmian Statutu
- opis sposobu działania Walnego Zgromadzenia

# Stosowanie zasad ładu korporacyjnego

Informacja na temat stanu stosowania przez Spółkę zasad ładu korporacyjnego zawartych w zbiorze „Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2021” oraz stosowne oświadczenie Zarządu BRAND24 S.A. są udostępnione na stronie internetowej BRAND24 S.A. pod adresem internetowym: [www.brand24.pl/relacje](http://www.brand24.pl/relacje) w zakładce Ład Korporacyjny

BRAND24 S.A. podlega zbiorowi zasad ładu korporacyjnego Dobre Praktyki Spółek Notowanych na GPW 2021 (DPSN 2021) określonego w załączniku do Uchwały Rady Giełdy nr 13/1834/2021 z dnia 29 marca 2021 r., dostępny pod linkiem: <https://www.gpw.pl/dobre-praktyki2021>.

Zarząd BRAND24 S.A. oświadcza, iż Spółka w roku obrotowym 2025 przestrzegała większości zasad ładu korporacyjnego DPSN 2021 określonych w załączniku do Uchwały nr 13/1834/2021 z dnia 29 marca 2021 r. Rady Giełdy, z wyłączeniem zasady 1.3.1., 1.3.2., 1.4., 1.4.2., 2.1., 2.2., 3.6., 4.1., 4.3., 6.4. wskazanych poniżej.

Rozdział I – Polityka informacyjna i komunikacja z inwestorami

## 1.3.1.) – Treść:

W swojej strategii biznesowej spółka uwzględnia również tematykę ESG, w szczególności obejmującą: 1.3.1. zagadnienia środowiskowe, zawierające mierniki i ryzyka związane ze zmianami klimatu i zagadnienia zrównoważonego rozwoju;

## 1.3.1.) – Komentarz Spółki

Z uwagi na specyfikę branżową wpływ Spółki na obszar środowiskowy, w tym na zagadnienia klimatyczne, można scharakteryzować jako typową działalność biurową dla, której najistotniejszym obszarem wpływu jest zużycie zakupionej energii elektrycznej. Z uwagi na skalę działalności zagadnienia z obszaru ESG nie były dotychczas formalnie włączone do strategii biznesowej Emitenta. Zagadnienia te jednak uznawane są za istotne i tym samym pomimo braku sformalizowanego ich ujęcia na poziomie strategii Spółka w swojej działalności biznesowej respektuje wszelkie wymagania i przepisy prawne odnoszące się do powyższych obszarów jak również, w zakresie w jakim może mieć to zastosowanie do działalności Emitenta, podejmuje inicjatywy mające na celu ograniczenie zużycia zasobów. Jednocześnie Emitent rozważy włączenie w przyszłości zagadnień z obszaru ESG do strategii biznesowej.

## 1.3.2.) – Treść:

Sprawy społeczne i pracownicze, dotyczące m.in. podejmowanych i planowanych działań mających na celu zapewnienie równouprawnienia płci, należytych warunków pracy, poszanowania praw pracowników, dialogu ze społecznościami lokalnymi, relacji z klientami.

## 1.3.2.) – Komentarz Spółki

Z uwagi na skalę działalności Emitenta zagadnienia z obszaru ESG nie były dotychczas formalnie włączone do strategii biznesowej Grupy Emitenta. Zagadnienia te jednak uznawane są za istotne i tym samym pomimo braku sformalizowanego ich ujęcia na poziomie strategii Spółka w swojej działalności biznesowej respektuje wszelkie wymagania i przepisy prawne odnoszące się do powyższych obszarów, w szczególności w zakresie relacji z pracownikami i współpracownikami, współpracy i komunikacji z klientami, etyki biznesowej czy poszanowania praw człowieka w tym m.in. w zakresie różnorodności. Jednocześnie Emitent rozważy włączenie w przyszłości zagadnień z obszaru ESG do strategii biznesowej.

## 1.4.) – Treść:

W celu zapewnienia należytej komunikacji z interesariuszami, w zakresie przyjętej strategii biznesowej spółka zamieszcza na swojej stronie internetowej informacje na temat założeń posiadanej strategii, mierzalnych celów, w tym zwłaszcza celów długoterminowych, planowanych działań oraz postępów w jej realizacji, określonych za pomocą mierników, finansowych i niefinansowych. Informacje na temat strategii w obszarze ESG powinny m.in.:

## 1.4.) – Komentarz Spółki

Z uwagi na skalę działalności zagadnienia z obszaru ESG nie były dotychczas formalnie włączone do strategii biznesowej Grupy Emitenta, w tym w szczególności dla powyższych obszarów nie zostały przyjęte cele długoterminowe jak również mierniki ich realizacji. Zagadnienia te jednak uznawane są za istotne i tym samym pomimo braku sformalizowanego ich ujęcia na poziomie strategii Spółka w swojej działalności biznesowej respektuje wszelkie wymagania i przepisy prawne odnoszące się do powyższych obszarów jak również, w zakresie w jakim może mieć to zastosowanie do działalności Emitenta, podejmuje inicjatywy mające na celu ograniczenia zużycia zasobów. Jednocześnie Emitent rozważy włączenie w przyszłości zagadnień z obszaru ESG do strategii biznesowej.

# Stosowanie zasad ładu korporacyjnego

## 1.4.2.) – Treść

Przedstawić wartość wskaźnika równości wynagrodzeń wypłacanych jej pracownikom, obliczanego jako procentowa różnica pomiędzy średnim miesięcznym wynagrodzeniem (z uwzględnieniem premii, nagród i innych dodatków) kobiet i mężczyzn za ostatni rok, oraz przedstawić informacje o działaniach podjętych w celu likwidacji ewentualnych nierówności w tym zakresie, wraz z prezentacją ryzyk z tym związanych oraz horyzontem czasowym, w którym planowane jest doprowadzenie do równości.

## 1.4.2.) – Komentarz spółki

Zagadnienia z obszaru ESG nie były dotychczas formalnie włączone do strategii biznesowej Grupy Emitenta. Zagadnienia te jednak uznawane są za istotne i tym samym pomimo braku sformalizowanego ich ujęcia na poziomie strategii Spółka w swojej działalności biznesowej respektuje wszelkie wymagania i przepisy prawne odnoszące się do powyższych obszarów, w szczególności w zakresie relacji z pracownikami i współpracownikami, współpracy i komunikacji z klientami, etyki biznesowej czy poszanowania praw człowieka w tym m.in. w zakresie różnorodności. Z uwagi na profil działalności Spółki i konieczność pozyskiwania współpracowników posiadających specjalistyczną wiedzę i kwalifikacje, decydującym kryterium pozostaje wykształcenie oraz dotychczasowe doświadczenie, bez względu na kryteria pozamerytoryczne takie jak wiek czy płeć. Spółka w zakresie polityki personalnej stosuje zasady równego traktowania i niedyskryminacji. Jednocześnie Emitent rozważy włączenie w przyszłości zagadnień z obszaru ESG do strategii biznesowej.

Rozdział II – Zarząd i Rada Nadzorcza

## 2.1.) – Treść

Spółka powinna posiadać politykę różnorodności wobec zarządu oraz rady nadzorczej, przyjętą odpowiednio przez radę nadzorczą lub walne zgromadzenie. Polityka różnorodności określa cele i kryteria różnorodności m.in. w takich obszarach jak płeć, kierunek wykształcenia, specjalistyczna wiedza, wiek oraz doświadczenie zawodowe, a także wskazuje termin i sposób monitorowania realizacji tych celów. W zakresie zróżnicowania pod względem płci warunkiem zapewnienia różnorodności organów spółki jest udział mniejszości w danym organie na poziomie nie niższym niż 30%.

## 2.1.) – Komentarz Spółki

Spółka nie opracowała polityki różnorodności w odniesieniu do Spółki i jej kluczowych menadżerów. Z uwagi na profil działalności Spółki i konieczność pozyskiwania współpracowników posiadających specjalistyczną wiedzę i kwalifikacje, decydującym kryterium pozostaje wykształcenie oraz dotychczasowe doświadczenie, bez względu na kryteria pozamerytoryczne takie jak wiek czy płeć. Spółka w zakresie polityki personalnej stosuje zasady równego traktowania i niedyskryminacji. Emitent wskazuje, iż na dzień sporządzenia niniejszego oświadczenia różnorodność płci w organach na wskazanym w ww. zasadzie poziomie nie jest zachowana.

## 2.2.)-Treść

Osoby podejmujące decyzje w sprawie wyboru członków zarządu lub rady nadzorczej spółki powinny zapewnić wszechstronność tych organów poprzez wybór do ich składu osób zapewniających różnorodność, umożliwiając m.in. osiągnięcie docelowego wskaźnika minimalnego udziału mniejszości określonego na poziomie nie niższym niż 30%, zgodnie z celami określonymi w przyjętej polityce różnorodności, o której mowa w zasadzie 2.1.

## 2.2.) – Komentarz Spółki

Odpowiednie organy Spółki podejmując decyzje w sprawie wyboru członków organów nadzorujących i zarządzających kierują się interesem Spółki i jej akcjonariuszy, biorąc pod uwagę odpowiednie kwalifikacje kandydatów, ich umiejętności oraz doświadczenie. Spółka nie dyskryminuje kobiet i nie bierze pod uwagę wieku potencjalnych kandydatów. Spółka nie opracowała przy tym polityki różnorodności w odniesieniu do Spółki i jej kluczowych menadżerów. Z uwagi na profil działalności Spółki i konieczność pozyskiwania współpracowników posiadających specjalistyczną wiedzę i kwalifikacje, decydującym kryterium pozostaje wykształcenie oraz dotychczasowe doświadczenie, bez względu na kryteria pozamerytoryczne takie jak wiek czy płeć.

Rozdział III – Systemy i funkcje wewnętrzne

## 3.6.)-Treść

Kierujący audytem wewnętrznym podlega organizacyjnie prezesowi zarządu, a funkcjonalnie przewodniczącemu komitetu audytu lub przewodniczącemu rady nadzorczej, jeżeli rada pełni funkcję komitetu audytu.

## 3.6.) – Komentarz Spółki

Z uwagi na skalę działalności poszczególnych jednostek wchodzących w skład Spółki jak również jednolitego charakteru działalności nie została wyodrębniana w strukturze organizacyjnej Spółki funkcja audytora wewnętrznego.

# Stosowanie zasad ładu korporacyjnego

Rozdział IV – Walne Zgromadzenie i relacje z akcjonariuszami

## 4.1.) – Treść

Spółka powinna umożliwić akcjonariuszom udział w walnym zgromadzeniu przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej (e-walne), jeżeli jest to uzasadnione z uwagi na zgłaszane spółce oczekiwania akcjonariuszy, o ile jest w stanie zapewnić infrastrukturę techniczną niezbędną dla przeprowadzenia takiego walnego zgromadzenia.

## 4.1.) - Komentarz spółki

Spółka nie przeprowadza walnego zgromadzenia przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej. Mając na względzie dotychczasowe doświadczenie Spółki odnośnie organizacji i przebiegu walnych zgromadzeń większość akcjonariuszy Spółki uczestniczy w obradach walnego zgromadzenia bezpośrednio. Realizując obowiązki informacyjne, w szczególności poprzez publikowanie stosownych raportów bieżących oraz podawanie informacji na swojej stronie internetowej Spółka zapewnia akcjonariuszom dostęp do informacji dotyczących walnych zgromadzeń. Jednocześnie Zarząd deklaruje, iż w przypadku zgłoszenia takiej potrzeby ze strony szerszego grona akcjonariuszy dołoży starań, aby zasadę wprowadzić.

## 4.3.) – Treść

Spółka zapewnia powszechnie dostępną transmisję obrad walnego zgromadzenia w czasie rzeczywistym.

## 4.3.) - Komentarz spółki

Spółka nie zamieszcza na korporacyjnej stronie internetowej transmisji z obrad Walnego Zgromadzenia w formie audio lub wideo. Spółka nie będzie co do zasady zamieszczała na stronie internetowej przebiegu obrad Walnego Zgromadzenia ze względu na niekierujące zainteresowanie akcjonariuszy Spółki udziałem w dotychczasowych obradach. Ponadto zapisy

te obejmują ujawnienie wizerunku osób uczestniczących w Walnym Zgromadzeniu, a osoby te nie mają charakteru publicznego. W związku z powyższym upublicznienie wizerunku tych osób mogłoby doprowadzić do posądzenia Emitenta o nieuprawnione wykorzystanie wizerunku. W ocenie Emitenta, prawidłowe wykonywanie obowiązków informacyjnych związanych z Walnymi Zgromadzeniami, tj. w szczególności publikowanie raportów bieżących poprzez system ESPI oraz podawanie stosownych informacji na stronie internetowej Spółki zapewnia akcjonariuszom Spółki pełny dostęp do informacji dotyczących Walnych Zgromadzeń. Odstąpienie od stosowania wskazanej powyżej zasady związane jest z unikaniem ponoszenia dodatkowych kosztów w związku z rozmiarem działalności prowadzonej przez Emitenta. Jednakże, Emitent deklaruje, że będzie przestrzegać opisywanej zasady ładu korporacyjnego w zakresie zamieszczania na stronie zapisu przebiegu obrad Walnego Zgromadzenia w formie audio, gdy takie zainteresowanie wykażą akcjonariusze Spółki, w tym akcjonariusze mniejszościowi Spółki (inwestorzy giełdowi). Jednakże, w przypadku zainteresowania akcjonariuszy Spółki, w szczególności akcjonariuszy mniejszościowych Spółki, zapisem przebiegu obrad Walnego Zgromadzenia w formie audio lub wideo, Spółka zastosuje się do opisywanej zasady.

Rozdział VI – Wynagrodzenia

## 6.4.)- Treść

Rada nadzorcza realizuje swoje zadania w sposób ciągły, dlatego wynagrodzenie członków rady nie może być uzależnione od liczby odbytych posiedzeń. Wynagrodzenie członków komitetów, w szczególności komitetu audytu, powinno uwzględniać dodatkowe nakłady pracy związane z pracą w tych komitetach.

## 6.4.) - Komentarz spółki

Wynagrodzenie członków Rady Nadzorczej powiązane jest z zakresem zadań i odpowiedzialności wynikającej z pełnionej funkcji, pozostaje jednocześnie w adekwatnej wysokości do skali działalności Spółki. Stosowane zasady wynagradzania obowiązują w Spółce wiele lat i doświadczenie wskazuje, iż spełniają swoją rolę. Mając powyższe na uwadze aktualnie Spółka nie widzi potrzeby aby przy obecnej skali działalności dokonywać zmian zasad wynagradzania członków Rady Nadzorczej. Emitent nie wyklucza przy tym możliwości wdrożenia tej zasady w przyszłości.

# Akcje i akcjonariat

## Struktura kapitału zakładowego Brand 24 SA

### Kapitał podstawowy

Na dzień publikacji niniejszego raportu kapitał zakładowy Spółki składał się z 2.266.774 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 akcji serii C;
- 71.769 akcji serii D;
- 13.267 akcji serii E;
- 86.000 akcji serii F;
- 172.482 akcji serii G;
- 58.936 akcji serii H;
- 110.000 akcji serii I;
- 130.000 akcji serii J;
- 70.536 akcji serii K.

### Kapitał warunkowy

Wartość nominalna warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego na dzień publikacji niniejszego raportu wynosi 8.056,30 zł.

Na podstawie Uchwały nr 05/11/21 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 29 listopada 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 listopada 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.

W dniu 15 września 2022 r. w związku z realizacją programu motywacyjnego Spółki zapisanych zostało łącznie 12.215 akcji serii K na rachunkach papierów wartościowych podmiotów, które je objęły i tym samym nastąpiło podwyższenie kapitału zakładowego Spółki o kwotę 1.221,50 zł. W dniu 16 listopada 2022 r. Krajowy Rejestr Sądowy dokonał rejestracji w/w akcji serii K oraz podwyższenia kapitału zakładowego Spółki.

W dniu 26 października 2023 r. w związku z kolejną realizacją programu motywacyjnego Spółki na rachunkach papierów wartościowych uprawnionych podmiotów, którym przyznano akcje serii K zostało zapisanych łącznie 18.162 akcji zwykłych na okaziciela serii K i tym samym nastąpiło podwyższenie kapitału zakładowego Spółki o kwotę 1.816,20 zł. W dniu 6 grudnia 2023 r. Krajowy Rejestr Sądowy dokonał rejestracji w/w akcji serii K oraz podwyższenia kapitału zakładowego Spółki.

W dniu 24 października 2024 r. w związku z kolejną realizacją programu motywacyjnego Spółki na rachunkach papierów wartościowych uprawnionych podmiotów, którym przyznano akcje serii K zostało zapisanych łącznie 40.159 akcji zwykłych na okaziciela serii K i tym samym nastąpiło podwyższenie kapitału zakładowego Spółki o kwotę 1.816,20 zł.

### Kapitał docelowy

Zgodnie z § 4 ust. 7 – 13 Statutu BRAND 24 S.A., Walne Zgromadzenie upoważniło Zarząd Spółki do podwyższenia kapitału zakładowego Spółki w granicach kapitału docelowego, poprzez emisję nowych akcji. Niemniej jednak upoważnienie Zarządu do podwyższenia kapitału zakładowego oraz do emitowania nowych akcji w ramach kapitału docelowego wygasło bez realizacji z upływem 3 (słownie: trzech) lat od dnia rejestracji zmiany statutu Spółki w zakresie kapitału docelowego.

### Akcje własne

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

# Akcje i akcjonariat

## Najważniejsze zmiany w akcjonariacie

W roku 2025 doszło nastąpiło dalsze zwiększania udziału w Brand 24 S.A. przez Prowly.com Sp. z o.o. w efekcie których po dniu bilansowym i ogłoszonym przymusowym wykupie Prowly.com Sp. z o.o. osiągnęło 100% akcji i głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki.

W dniu 6 lutego 2026 r. Spółka powzięła informację o ogłoszeniu przez Prowly.com Sp. z o.o. zamiaru nabycia w drodze przymusowego wykupu 113.303 akcji Spółki stanowiących około 4,9984% kapitału zakładowego Spółki i uprawniających do takiej samej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu oraz reprezentujących około 4,9984% ogólnej liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu Spółki.

W dniu 11 lutego 2026 roku w następstwie ogłoszonego zamiaru nabycia akcji Spółki w drodze przymusowego wykupu, nastąpiło rozliczenie transakcji nabycia przez Prowly.com sp. z o.o. 113.303 akcji Emitenta, w związku z czym aktualnie Prowly.com Sp. z o.o. posiada 100% akcji/głosów Emitenta.

Dodatkowo dniu 4 grudnia 2025 r. do Spółki wpłynęło zawiadomienie dotyczące rozwiązania porozumienia akcjonariuszy mniejszościowych, w którym wskazano, że w związku z osiągnięciem celów porozumienia, zostało ono z dniem 4 grudnia 2025 roku rozwiązane (raport bieżący nr 26/2025).

W dniu 16 lutego 2026 r., zgodnie z art. 405 § 1 KSH (bez formalnego zwołania) odbyło się Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki, na którym podjęta została uchwała w sprawie wycofania akcji Spółki z obrotu na rynku regulowanym oraz upoważnienia Zarządu Spółki do podjęcia czynności mających na celu wycofanie z obrotu akcji Spółki dopuszczonych do obrotu na rynku regulowanym (raport bieżący nr 5/2026).

Zgodnie z wiedzą Emitenta struktura akcjonariatu Brand 24 S.A. na dzień 31.12.2025 r. była następująca:

Akcjonariusz	Liczba akcji/głosów	Udział w kapitale zakładowym / ogólnej liczbie głosów
Prowly.com Sp. z o.o.*	2 136 542	94,25%
Pozostali	130 232	5,75%
<b>RAZEM</b>	<b>2 266 774</b>	<b>100%</b>

*\*podmiot zależny od Semrush Holdings, Inc. oraz Olega Shchegoleva zgodnie z zawiadomieniami o których mowa w raporcie bieżącym 27/2025.*

Struktura akcjonariatu Brand 24 S.A. na dzień publikacji niniejszego sprawozdania:

Akcjonariusz	Liczba akcji/głosów	Udział w kapitale zakładowym / ogólnej liczbie głosów
Prowly.com Sp. z o.o.*	2 266 774	100%
<b>RAZEM</b>	<b>2 266 774</b>	<b>100%</b>

*\*podmiot zależny od Semrush Holdings, Inc. oraz Olega Shchegoleva zgodnie z zawiadomieniami o których mowa w raporcie bieżącym 27/2025.*

# Akcje i akcjonariat

## Posiadacze papierów wartościowych dających specjalne uprawnienia kontrolne

Nie istnieją posiadacze papierów wartościowych Emitenta dających specjalne uprawnienia kontrolne.

## Ograniczenia odnośnie do wykonywania prawa głosu

Na datę sporządzenia niniejszego sprawozdania brak jest ograniczeń odnośnie wykonywania prawa głosu z akcji Emitenta.

## Ograniczenia dotyczące przenoszenia prawa własności papierów wartościowych

Statut Spółki nie przewiduje ograniczeń w zakresie przenoszenia prawa własności papierów wartościowych wyemitowanych przez Spółkę.

## System kontroli programów akcji pracowniczych

W Spółce nie funkcjonuje system kontroli programów akcji pracowniczych.

## Potencjalne zmiany w strukturze akcjonariatu

Na dzień sporządzania niniejszego sprawozdania nie są znane Emitentowi umowy, w wyniku których mogą w przyszłości nastąpić zmiany w proporcjach posiadanych akcji przez dotychczasowych akcjonariuszy. Spółka nie posiada wyemitowanych obligacji.

## Łączna liczba akcji będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących Emitenta

Zgodnie z posiadanymi przez Emitenta informacjami, na dzień sporządzenia niniejszego raportu osoby zarządzające oraz nadzorujące w Spółce nie posiadają akcji Emitenta, ani uprawnień do akcji Spółki.

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

Osoby zarządzające i nadzorujące w Spółce nie posiadają akcji ani udziałów w podmiotach powiązanych Spółki.

# Władze Brand 24 S.A.

## Zarząd

Zarząd Spółki składa się od 2 (słownie: dwóch) do 4 (słownie: czterech) członków. Członków Zarządu powołuje i odwołuje Rada Nadzorcza. Członkowie Zarządu powoływani są na okres wspólnej kadencji trwającej 3 (słownie: trzy) lata.

Zarząd prowadzi sprawy Spółki i reprezentuje Spółkę. Do kompetencji Zarządu należą wszystkie sprawy niezastrzeżone do kompetencji pozostałych organów Spółki. Do składania oświadczeń w imieniu Spółki wymagane jest współdziałanie dwóch członków Zarządu albo jednego członka Zarządu łącznie z prokurentem.

W sprawach nieprzekraczających zakresu zwykłego zarządu, każdy z członków Zarządu może samodzielnie prowadzić sprawy Spółki. Uchwały Zarządu zapadają w sprawach przekraczających zwykły zarząd, a także w każdej sprawie, gdy zażąda tego choćby jeden członek Zarządu. Prezes Zarządu kieruje pracami Zarządu, w szczególności koordynuje oraz organizuje pracę członków Zarządu, a także zwołuje i przewodniczy posiedzeniom Zarządu. W przypadku równości głosów podczas głosowania na posiedzeniach Zarządu, Prezes Zarządu ma głos rozstrzygający. Tryb pracy Zarządu określa Regulamin Zarządu uchwalany przez Radę Nadzorczą.

Zarząd BRAND 24 S.A. nie posiada uprawnień do podjęcia decyzji o emisji akcji, uprawnienia takie posiada jedynie Walne Zgromadzenie. Uprawnienia Zarządu BRAND 24 S.A. do podjęcia decyzji o wykupie akcji są tożsame z uregulowaniami określonymi w ksh.

W 2025 roku Zarząd Spółki działał w następującym składzie:

Michał Sadowski - Prezes Zarządu

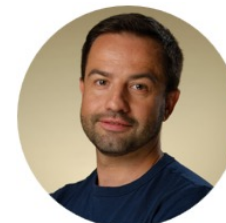
Piotr Wierzejewski – Członek Zarządu

Bartosz Kozłowski – Członek Zarządu



**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 ponad 15 lat doświadczenia w zarządzaniu finansami.

# Władze Brand 24 S.A.

## Rada Nadzorcza

Rada Nadzorcza sprawuje stały nadzór nad działalnością Spółki we wszystkich dziedzinach jej działalności. Rada Nadzorcza liczy od 5 (pięciu) do 6 (sześciu) członków powoływanych przez Walne Zgromadzenie na okres wspólnej kadencji trwającej 3 (trzy) lata. Liczbę członków Rady Nadzorczej uchwała Walne Zgromadzenie.

Zgodnie z § 10 ust. 9 Statutu Spółki, do kompetencji Rady Nadzorczej, oprócz innych spraw przewidzianych w przepisach Kodeksu spółek handlowych, innych ustaw oraz Statutu należy m. in.:

- ustalanie i zmiana warunków wynagradzania i innych świadczeń (w tym niepieniężnych) na rzecz członków Zarządu oraz prokurentów;
- ustalanie treści wszelkich umów z członkami Zarządu, a w szczególności umów o pracę lub kontraktów menadżerskich;
- wyrażanie zgody na nabycie i zbycie przez Spółkę nieruchomości, użytkowania wieczystego oraz udziału w nieruchomości;
- uchwalanie regulaminu Zarządu Spółki;
- zatwierdzanie rocznego budżetu Spółki, planów finansowych i inwestycyjnych Spółki;
- z zastrzeżeniem wydatków przewidzianych w zatwierdzonym rocznym budżecie Spółki, wyrażanie zgody na dokonywanie przez Spółkę wydatków, które łącznie w danym roku budżetowym przekraczają budżet o 300.000 (słownie: trzysta tysięcy) złotych netto;
- wyrażanie zgody na dokonanie jakiegokolwiek czynności przez Spółkę (w tym w szczególności zaciągnięcie zobowiązania), która nie była przewidziana w zatwierdzonym przez Radę Nadzorczą budżecie, planie finansowym lub inwestycyjnym, a której wartość (a w przypadku czynności ze sobą powiązanych czy to poprzez ich rodzaj, czy to poprzez ich przedmiot, czy to poprzez osobę kontrahenta – łączna wartość takich czynności), przekracza w jednym roku budżetowym kwotę 300.000 (słownie: trzysta tysięcy) złotych netto;
- wyrażanie zgody na dokonywanie jakiegokolwiek czynności przez Spółkę (w tym w szczególności zaciągnięcie zobowiązania) z jednym podmiotem, której wartość przekracza 1.000.000 (słownie: jeden milion) złotych netto;
- wyrażanie zgody na zawieranie jakiegokolwiek umów, na podstawie których Spółka zobowiązuje się do ograniczenia zakresu swojego działania lub powstrzymania się od określonego działania, w szczególności umowy o zakazie konkurencji;

- wyrażanie zgody na dokonywanie jakiegokolwiek czynności, skutkujących powstaniem lub zmianą zobowiązań pozabilansowych, tj. takich zobowiązań, które w momencie ich zaciągnięcia nie są ujmowane w sprawozdaniu z sytuacji finansowej jako aktywa lub zobowiązania, lecz powodują powstanie zobowiązań warunkowych, z których przepływy pieniężne mogą ale nie muszą wystąpić (w szczególności opcje, i inne instrumenty pochodne, poręczenia, gwarancje, weksle);
- wyrażanie zgody na udzielanie gwarancji lub poręczeń wykonania zobowiązań przez jakiegokolwiek osoby trzecie, a także na wystawianie lub zlecanie wystawienia gwarancji bankowej, akredytywy lub weksla lub innych podobnych instrumentów finansowych.

Skład osobowy Rady Nadzorczej na dzień przekazania niniejszego raportu :

Jakub Kurzynoga - Członek Rady Nadzorczej,

Eugene Levin - Przewodniczący Rady Nadzorczej,

Karol Wnukiewicz - Członek Rady Nadzorczej,

Brian Mulroy - Członek Rady Nadzorczej,

David Mason - Członek Rady Nadzorczej

W roku 2025 nie miały miejsca zmiany w składzie Rady Nadzorczej.

## Opis polityki różnorodności stosowanej do organów administrujących, zarządzających i nadzorujących emitenta

BRAND 24 S.A. nie opracował polityki różnorodności w odniesieniu do Spółki i jej kluczowych menadżerów. Z uwagi na profil działalności Spółki i konieczność pozyskiwania współpracowników posiadających specjalistyczną wiedzę i kwalifikacje, decydującym kryterium pozostaje wykształcenie oraz dotychczasowe doświadczenie, bez względu na kryteria pozamerytoryczne takie jak wiek czy płeć. Spółka w zakresie polityki personalnej stosuje zasady równego traktowania i niedyskryminacji.

# Władze Brand 24 S.A.

## Komitet Audytu

W dniu 28 marca 2019 r. został powołany przez Radę Nadzorczą Spółki Komitet Audytu, o którym mowa w art. 128 ust. 1 w zw. z art. 129 ust. 1 Ustawy z dnia 11 maja 2017 r. o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym (Ustawa).

W 2025 r. Komitet Audytu Rady Nadzorczej BRAND 24 S.A. funkcjonował w składzie:

- Jakub Kurzynoga – Przewodniczący Komitetu Audytu (niezależny w rozumieniu Ustawy)
- Brian Mulroy – Członek Komitetu Audytu,
- Karol Wnukiewicz – Członek Komitetu Audytu (niezależny w rozumieniu Ustawy),
- odbywając w tym okresie 5 posiedzeń.

Wymagania dotyczące posiadania wiedzy i umiejętności w zakresie rachunkowości lub badania sprawozdań finansowych, o których mowa w art. 129 ust. 1 Ustawy spełnia Pan Jakub Kurzynoga, który posiada ponad 10-letnie doświadczenie w zakresie zarządzania zespołami księgowymi i kontrolingowymi; jego doświadczenie obejmuje zarządzanie procesem przygotowania sprawozdań finansowych, samodzielne sporządzanie sprawozdań finansowych dla spółek publicznych, a także współpracę z biegłymi rewidentami. Pan Jakub Kurzynoga legitymuje się znajomością branży, w której działa Spółka, wynikającą z kilkuletniej współpracy ze Spółką w zakresie wsparcia w obszarze finansów, sprawozdawczości finansowej, analiz oraz modelowania finansowego. Pan Jakub Kurzynoga karierę zawodową zaczynał w Tarmac CE (2002 – 2008) jako analityk finansowy, a następnie był kierownikiem działu kontrollingu. W latach 2008 – 2014 był zatrudniony w Grupie Nordglass na stanowisku kierownika działu kontrollingu, a następnie pełnił funkcję Dyrektora Finansowego. Dodatkowo Pan Jakub Kurzynoga pełnił funkcje Dyrektora Finansowego w następujących spółkach: Larq S.A., Selena S.A. oraz Grupie MBL. W zakresie obowiązków Pana Jakuba Kurzynogi jako Dyrektora Finansowego Larq S.A., znajdowało się również prowadzenie audytu oraz kontrolowanie sprawozdań finansowych podmiotów, których udziały/akcje znajdują się w portfelu inwestycyjnych Larq S.A.

Z kolei wymagania dot. posiadania wiedzy i umiejętności z zakresu branży, w której działa Emitent, o których mowa w art. 129 ust. 5 Ustawy spełnia Pan Karol Wnukiewicz. Uzyskał on tytuł magistra inżyniera informatyki na Politechnice Wrocławskiej na Wydziale Informatyki i Zarządzania na kierunku Informatyka. Dodatkowo w 2006 roku uzyskał tytuł M. Sc. in Software Engineering na Blekinge Institute of Technology w Szwecji. Pan Karol Wnukiewicz jest założycielem Spółki. Zdobywał doświadczenie między innymi w Trans Group S.A. pełniąc funkcje IT Project manager i IT Product Development Deputy Director, w Sfera Finansów S.A. jako Technical Team Manager czy w Grupa Pino Sp. z o.o. jako Dyrektor ds. technicznych. Ponadto Karol Wnukiewicz w latach 2011-2016 pełnił funkcję Członka Rady Nadzorczej w Spółce.

Do zadań (w tym ustawowych) wykonywanych przez Komitetu Audytu BRAND 24 należą w szczególności czynności wymienione w art. 130 Ustawy o Biegłych Rewidentach, w tym w szczególności:

- monitorowanie procesu sprawozdawczości finansowej;
- monitorowanie skuteczności systemów kontroli wewnętrznej i systemów zarządzania ryzykiem oraz audytu wewnętrznego, w tym w zakresie sprawozdawczości finansowej
- monitorowanie wykonywania czynności rewizji finansowej, w szczególności przeprowadzania przez firmę audytorską badania, z uwzględnieniem wszelkich wniosków i ustaleń KNF wynikających z - kontroli przeprowadzonej w firmie audytorskiej.

## Główne założenia polityki wyboru firmy audytorskiej

Opracowana przez Komitet Audytu Rady Nadzorczej BRAND 24 S.A. polityka wyboru firmy audytorskiej do przeprowadzania badania zakłada m.in. uwzględniane przez Radę Nadzorczą dokonującą wyboru firmy audytorskiej takich kryteriów jak np. dotychczasowe doświadczenie firmy audytorskiej oraz kwalifikacje i doświadczenia osób delegowanych do wykonywania czynności rewizji finansowej, znajomość branży, w której działa Spółka, warunki cenowe zaoferowane przez firmę audytorską czy renoma firmy audytorskiej. Polityka wyboru firmy audytorskiej zakłada ponadto konieczność uzyskania rekomendacji Komitetu Audytu uwzględniającej w szczególności ocenę niezależności firmy audytorskiej, a dodatkowo przewiduje dokonanie wyboru firmy audytorskiej w sposób niezależny, wolny od nacisków lub sugestii stron trzecich.

Polityka wyboru firmy audytorskiej uwzględnia również ograniczenia dotyczące wyboru firmy audytorskiej wynikające z przepisów powszechnie obowiązujących jak w szczególności okres karencji i rotacji firm audytorskich i biegłych rewidentów.

## Główne założenia polityki świadczenia przez firmę audytorską dozwolonych usług niebędących badaniem

Opracowana przez Komitet Audytu Rady Nadzorczej polityka świadczenia przez firmę audytorską przeprowadzającą badanie, przez podmioty powiązane z tą firmą audytorską oraz przez członka sieci firmy audytorskiej dozwolonych usług niebędących badaniem wskazuje usługi zabronione jak np. usługi podatkowe dotyczące m.in. przygotowywania formularzy podatkowych; podatków od wynagrodzeń, czy zobowiązań celnych, czy też prowadzenie księgowości oraz sporządzanie dokumentacji księgowej i sprawozdań finansowych. Usługami zabronionymi nie są natomiast np. usługi przeprowadzania procedur należytej staranności (*due dilligence*) w zakresie kondycji ekonomiczno-finansowej oraz wydawania listów poświadczających, czy też usługi atestacyjne w zakresie informacji finansowych pro forma, prognoz wyników lub wyników szacunkowych, zamieszczane w prospekcie emisyjnym. Zawarcie przez Spółkę umowy na świadczenie usług dozwolonych innych niż badanie następuje pod warunkiem uprzedniego dokonania przez Komitet Audytu oceny zagrożeń i zachowania przesłanek niezależności, a następnie poinformowania Spółki przez Komitet Audytu o wynikach tej oceny.

W ramach Rady Nadzorczej nie funkcjonują inne komitety.

# Władze Brand 24 S.A.

## Wynagrodzenia osób zarządzających i nadzorujących w roku 2025

Informacje nt. wynagrodzenia osób zarządzających i nadzorujących zostały zamieszczone w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym w nocy 29.

## Polityka wynagrodzeń organów nadzorujących i zarządzających

Zgodnie z Polityką wynagrodzeń organów nadzorujących i zarządzających BRAND24 S.A. przyjętą uchwałą Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia BRAND 24 S.A. z dnia 25 czerwca 2021 r. Jej celem jest zapewnienie właściwych środków motywacyjnych do realizacji długoterminowej strategii biznesowej, poprzez koncentrację członków organów zarządzających i nadzorujących na interesie i wynikach Spółki oraz Grupy Kapitałowej BRAND24. Polityka stanowi element realizacji strategii biznesowej Spółki i przyczynia się do jej stabilności oraz efektywnej realizacji celów długoterminowych.

Wynagrodzenie Członka Zarządu może składać się z następujących elementów:

- a) wynagrodzenia stałego (części stałej), na które może składać się:
  - wynagrodzenie z tytułu powołania na stanowisko Członka Zarządu i pełnienia funkcji Członka Zarządu (w tym Prezesa Zarządu lub Członka Zarządu), wypłacane w okresach wskazanych w danej uchwale organu Spółki;
  - wynagrodzenie z tytułu świadczenia pracy na rzecz Spółki (wypłacane w okresach wskazanych w danej umowie) z tytułu umowy o pracę lub innej umowy cywilno-prawnej np. umowy o współpracy, oraz
- b) wynagrodzenia zmiennego (część zmienna) w tym należnego w ramach Programu Motywacyjnego, o ile dany Program Motywacyjny obejmuje Członka Zarządu,
- c) premii lub nagród.

## Informacje o zobowiązaniach wynikających z emerytur i świadczeń o podobnym charakterze

Zgodnie z Polityką wynagrodzeń organów nadzorujących i zarządzających BRAND24 S.A. nie występują żadne dodatkowe programy emerytalno-rentowe lub programy wcześniejszych emerytur z wyjątkiem PPK.

## Umowy zawarte między emitentem a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia

Zgodnie z Polityką wynagrodzeń organów nadzorujących i zarządzających BRAND24 S.A. umowy o pracę lub inne umowy cywilno-prawne są zawierane na czas określony lub nieokreślony. Przedmiotowe umowy nie zawierają szczegółowych regulacji dotyczących okresów jej wypowiedzenia oraz ewentualnego prawa do odprawy. Stosuje się do nich postanowienia Kodeksu pracy oraz innych powszechnie obowiązujących przepisów prawa.

Wynagrodzenia Członków Zarządu ustalone jest decyzją Rady Nadzorczej, przy uwzględnieniu kwalifikacji oraz zakresów obowiązków poszczególnych Członków Zarządu.

Wynagrodzenie Członków Rady Nadzorczej z tytułu pełnienia funkcji w Radzie Nadzorczej Spółki określa Walne Zgromadzenie w formie uchwały. Członkom Rady Nadzorczej przysługuje stałe wynagrodzenie za udział w danym posiedzeniu Rady Nadzorczej.

Członkowie Komitetu Audytu mogą otrzymać wynagrodzenie z tytułu pełnienia funkcji członka Komitetu Audytu wypłacane za udział w każdym posiedzeniu Komitetu Audytu w wysokości określonej przez Walne Zgromadzenie.

Rada Nadzorcza może oddelegować ze swego grona Członków Rady do indywidualnego wykonywania poszczególnych czynności nadzorczych. Członkowie ci otrzymują osobne wynagrodzenie, którego wysokość ustala Walne Zgromadzenie. Członków tych obowiązuje zakaz konkurencji, któremu podlegają członkowie Zarządu Spółki.

Wynagrodzenie członka Rady Nadzorczej nie jest powiązane z wynikami Spółki lub Grupy Kapitałowej.

Wynagrodzenie członka Rady Nadzorczej nie jest przyznawane w formie instrumentów finansowych lub innych świadczeń niepieniężnych.

# Władze Brand 24 S.A.

## Opis zasad zmiany Statutu BRAND 24 S.A.

Zgodnie z KSH, zmiana Statutu Spółki następuje poprzez Uchwałę podjętą przez Walne Zgromadzenie. Zmianę Statutu Zarząd zgłasza do sądu rejestrowego.

Walne Zgromadzenie może upoważnić Radę Nadzorczą do ustalenia jednolitego tekstu zmienionego Statutu lub wprowadzenia innych zmian o charakterze redakcyjnym określonych w uchwale zgromadzenia.

## Opis sposobu działania Walnego Zgromadzenia BRAND 24 S.A.

Zgodnie z ksh oraz Statutem BRAND 24 S.A. Walne Zgromadzenie zwołuje Zarząd Spółki. Walne Zgromadzenie odbywa się w siedzibie Spółki albo w Warszawie.

Do kompetencji Walnego Zgromadzenia poza innymi sprawami wskazanymi w Kodeksie spółek handlowych i Statucie należy:

- rozpatrzenia i zatwierdzenia sprawozdania finansowego Spółki oraz sprawozdania Zarządu z działalności Spółki za ubiegły rok obrotowy;
- podziału zysku albo pokrycia straty;
- udzielenia członkom organów Spółki absolutorium z wykonania przez nich obowiązków;
- tworzenia i znoszenia kapitałów rezerwowych, funduszy specjalnych oraz określenie ich przeznaczenia;
- dotyczących roszczeń o naprawienie szkody wyrządzonej przy zawiązaniu Spółki lub sprawowaniu zarządu lub nadzoru;
- powołania i odwołania członków Rady Nadzorczej;
- powołania i odwołania likwidatorów.

Nabycie i zbycie przez Spółkę nieruchomości, użytkowania wieczystego lub udziału w nieruchomości nie wymaga uchwały Walnego Zgromadzenia.

Uchwały Walnego Zgromadzenia zapadają zwykłą większością głosów, chyba że Kodeks spółek handlowych lub Statut przewidują inną większość.

Walne Zgromadzenia mogą być Zwyczajne lub Nadzwyczajne. Zwyczajne Walne Zgromadzenia odbywają się nie później niż sześć miesięcy po upływie każdego roku obrotowego. Rada Nadzorcza Emitenta ma prawo do zwołania Zwyczajnego Walnego Zgromadzenia w przypadku, gdy Zarząd nie zwoła go w terminie określonym przepisami prawa. Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie zwoływane są przez Radę Nadzorczą, jeżeli uzna ona zwołanie za wskazane. Prawo zwołania Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia przysługuje akcjonariuszom Spółki reprezentującym co najmniej połowę kapitału zakładowego Spółki.

Udział w walnym zgromadzeniu można wziąć również przy wykorzystaniu środków komunikacji elektronicznej, chyba że statut spółki stanowi inaczej. O udziale w walnym zgromadzeniu w takim walnym zgromadzeniu postanawia zwołujący to zgromadzenie.

Prawo żądania zwołania Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia i umieszczenia określonych spraw w porządku obrad tego zgromadzenia przysługuje również akcjonariuszom reprezentującym co najmniej 1/20 (słownie: jedną dwudziestą) kapitału zakładowego Spółki.

Walne Zgromadzenie zwołuje się nie później niż na 26 dni przed jego terminem, przez ogłoszenie dokonywane na stronie internetowej Spółki oraz poprzez przekazanie do wiadomości publicznej raportu bieżącego zgodnie z przepisami Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 6 czerwca 2025 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim.

Żądanie przez akcjonariusza lub akcjonariuszy reprezentujących co najmniej 1/20 kapitału zakładowego umieszczenia określonych spraw w porządku obrad Walnego Zgromadzenia powinno zostać zgłoszone Zarządowi nie później niż 21 dni przed wyznaczonym terminem Walnego Zgromadzenia. Żądanie to powinno zawierać uzasadnienie lub projekt uchwały dotyczącej proponowanego punktu porządku obrad. Żądanie może zostać złożone w formie elektronicznej.

Każdy z akcjonariuszy Spółki może podczas Walnego Zgromadzenia zgłaszać projekty uchwał dotyczące spraw wprowadzonych do porządku obrad.

Akcjonariusze mogą uczestniczyć w Walnym Zgromadzeniu osobiście lub przez pełnomocników. Pełnomocnictwo do uczestniczenia w walnym zgromadzeniu spółki publicznej i wykonywania prawa głosu wymaga udzielenia na piśmie lub w postaci elektronicznej.

Otwarcia obrad Walnego Zgromadzenia dokonuje Przewodniczący Rady Nadzorczej albo jego zastępca. W razie nieobecności tych osób, obrady Walnego Zgromadzenia otwiera Prezes Zarządu lub osoba wyznaczona przez Zarząd Spółki.

Przewodniczący Walnego zgromadzenia nie ma prawa, bez zgody Walnego zgromadzenia, usuwać lub zmieniać kolejności spraw zamieszczonych w porządku obrad.

Lista obecności zawierająca spis uczestników Walnego zgromadzenia z wymienieniem liczby akcji, które każdy z nich przedstawia, i służących im głosów, podpisana przez przewodniczącego walnego zgromadzenia, powinna być sporządzona niezwłocznie po wyborze przewodniczącego i wyłożona podczas obrad tego zgromadzenia.

Na wniosek akcjonariuszy, posiadających jedną dziesiątą kapitału zakładowego reprezentowanego na tym Walnym zgromadzeniu, lista obecności powinna być sprawdzona przez wybraną w tym celu komisję, złożoną co najmniej z trzech osób. Wnioskodawcy mają prawo wyboru jednego członka komisji.

# Pozostałe informacje



## Pozostałe informacje

- zasady sporządzenia sprawozdań finansowych
- postępowania przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej
- zagadnienia dotyczące środowiska naturalnego
- informacja o zatrudnieniu
- osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju
- wyróżnienia i nagrody
- Informacje w sprawie podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych

# Pozostałe informacje

## Podstawa sporządzenia

Niniejsze Sprawozdanie Zarządu z działalności BRAND 24 S.A. w okresie od 1 stycznia – 31 grudnia 2025 roku zawiera informacje, których zakres został określony w § 72 oraz § 73 Rozporządzeniem Ministra Finansów z dnia 6 czerwca 2025 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim („Rozporządzenie”). Na podstawie § 73 ust. 6 Rozporządzenia w ramach niniejszego sprawozdania zamieszczone zostały również ujawnienia informacji wymagane dla Sprawozdania z działalności Jednostki Dominującej o którym mowa w § 72 ust. 1 pkt 4 Rozporządzenia i tym samym Emitent nie przekazuje odrębnego sprawozdania zarządu z działalności Jednostki Dominującej. Sprawozdania finansowe (jednostkowe oraz skonsolidowane) Brand 24 za 2025 rok zostało sporządzone zgodnie z przepisami MSR/MSSF, a szczegółowe zasady sporządzenia tego sprawozdania zostały zamieszczone bezpośrednio w tych sprawozdaniach finansowych.

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

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

W 2025 roku oraz na dzień publikacji niniejszego raportu przeciw Spółce lub Spółce Zależnej nie toczyły się żadne postępowania przed jakimkolwiek sądem ani też organem administracji publicznej.

## Zagadnienia dotyczące środowiska naturalnego

W 2025 roku nie poniesiono nakładów na ochronę środowiska.

Grupa Brand24 w swojej działalności generuje emisję CO2 wynikającą w głównej mierze ze zużycia energii elektrycznej oraz ciepłej w wynajmowanych lokalizacjach (emisje w zakresie 2). Emisje bezpośrednio dotyczą paliwa zużytego na potrzeby środka transportu (emisje w zakresie 1).

Zaprezentowane emisje dotyczą całości zużycia Grupy Brand 24. Emisje gazów cieplarnianych zostały wygenerowane wyłącznie w Polsce (zużycie bezpośrednie oraz energia zużyta w wykorzystywanych lokalizacjach biurowych). Spółka zależna nie prowadzi działalności operacyjnej i tym samym nie była źródłem emisji gazów cieplarnianych.

Na potrzeby kalkulacji emisji związanej z paliwami oraz energią elektryczną zastosowano wskaźniki emisyjności udostępnione przez Krajowy Ośrodek Bilansowania i Zarządzania Emisjami natomiast dla energii ciepłej przyjęto wskaźniki emisyjności na podstawie opracowania Energetyka ciepła w liczbach – 2024 przygotowanego przez Urząd Regulacji Energetyki. Wskazane powyżej wskaźniki emisyjności spośród gazów cieplarnianych obejmują wyłącznie CO2. Nie jest identyfikowana emisja tzw. F-gazów (SF6, HFC i PFC) jak również nie jest identyfikowana emisja CH4 oraz N2O w zakresie innym niż związanym ze spalaniem paliw kopalnianych oraz zużyciem zakupionej energii elektrycznej i ciepłej. Tym samym przyjęto, iż zaprezentowana emisja CO2 odpowiada wartości ekwiwalentu CO2.

Emisje w zakresie 1 w 2025 roku: 3,2 MgCO<sub>2e</sub>

Emisje w zakresie 2 w 2025 roku (energia elektryczna oraz energia ciepła): 16,8 MgCO<sub>2e</sub>

## Informacja o zatrudnieniu

Przeciętne zatrudnienie w 2025 roku wynosiło 36,1 etatu.

Jednocześnie z uwagi na specyfikę prowadzonej działalności Emitent współpracuje dodatkowo z szerokim gronem osób w oparciu o umowy cywilnoprawne. Mając powyższe na uwadze na koniec 2024 roku Emitent współpracował z ok. 68 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 2025 roku Grupa kontynuuje prace nad usprawnieniem i rozwojem narzędzia informatycznego będącego podstawą świadczenia przez Grupę usług swoim klientom.

Na dzień 31 grudnia 2025 roku kwota niezakończonych prac rozwojowych wyniosła 1.4 mln PLN. Nakłady na te prace stanowią głównie usługi informatyczne. Koszty trwających prac rozwojowych są prezentowane w pozycji „Wartości niematerialne” w aktywach Spółki.

# Pozostałe informacje

## Wyróżnienia i nagrody

Brand 24 jest wielokrotnie nagradzanym narzędziem monitoringu Internetu i mediów społecznościowych w Polsce. Jego najbardziej znanym produktem jest narzędzie monitoringu i mediów społecznościowych.

Poniżej zamieszczamy wybrane osiągnięcia i wyróżnienia:

- Best Startup for Brand24 – Aulery Awards 2012
- Best Debut for Brand24 – Ekomersy Awards 2012
- Best Web App for Brand24 – The Next Web Startup Awards 2013
- Best Customer Support App in Ekomersy Awards 2014
- Best App for Business in Mobile Trends Awards 2014
- High Performer in Social Media Monitoring Apps – G2Crowd Awards 2018
- Deloitte Technology Fast 500 EMEA 2017/2018
- Lider sektora Monitoringu Internetu wg G2Crowd (2021)

## Informacje w sprawie podmiotu uprawnionego do badania sprawozdań finansowych

Do badania jednostkowego i skonsolidowanego sprawozdania finansowego BRAND24 za rok 2025 wybrana została, uchwałą Rady Nadzorczej BRAND 24 spółka Instytut Studiów Podatkowych Modzelewski i Wspólnicy – Audyt Sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie przy ul. Kalańska 8 wpisana na listę firm audytorskich pod numerem 2558.

Rekomendacja Komitetu Audytu dotycząca wyboru firmy audytorskiej Instytut Studiów Podatkowych Modzelewski i Wspólnicy – Audyt Sp. z o. o. do przeprowadzenia badania sprawozdań finansowych BRAND 24 S.A. za lata 2025 – 2026, jak również przeglądu półrocznych sprawozdań finansowych Spółki sporządzanych w ww. okresie obowiązywania umowy spełniała obowiązujące warunki jak również rekomendacja ta została sporządzona w następstwie zorganizowanej przez emitenta procedury wyboru spełniającej obowiązujące kryteria.

Umowa z Instytut Studiów Podatkowych Modzelewski i Wspólnicy – Audyt Sp. z o. o. obejmuje przeprowadzenie:

- badania jednostkowego oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego Spółki za lata 2025 – 2026,
- przeglądu półrocznych jednostkowych oraz skonsolidowanych sprawozdań finansowych Spółki sporządzanych za I półrocze 2025 – 2026 r.

Umowa została zawarta w dniu 13.08.2025 r. na czas wykonania jej przedmiotu.

Na rzecz Emitenta nie były świadczone przez firmę audytorską badającą jego sprawozdanie finansowe dozwolone usługi niebędące badaniem.

Informacje nt. wynagrodzenia firmy audytorskiej wypłaconego lub należnego za rok obrotowy 2025 oraz poprzedni rok obrotowy zostały zamieszczone w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym w nocy 31.

## Opis głównych cech stosowanych w przedsiębiorstwie emitenta systemów kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych i skonsolidowanych sprawozdań finansowych

Za skuteczność kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem w odniesieniu do procesu sporządzania sprawozdań finansowych odpowiedzialny jest Zarząd Spółki. Zadaniem efektywnego systemu kontroli wewnętrznej w sprawozdawczości finansowej jest zapewnienie adekwatności i poprawności informacji finansowych zawartych w sprawozdaniach finansowych i raportach okresowych. W procesie sporządzania sprawozdań finansowych Spółki jednym z podstawowych elementów kontroli jest weryfikacja sprawozdania finansowego przez niezależnego audytora. Wyboru niezależnego audytora dokonuje Rada Nadzorcza. Ponadto Komitet Audytu oraz Rada Nadzorcza monitorują proces sprawozdawczości finansowej oraz wykonywania czynności rewizji finansowej, w tym poprzez analizę sprawozdań okresowych Spółki przed publikacją.

## Informacje nt. wpływu konfliktów zbrojnych na działalność Grupy BRAND24

W związku z prowadzoną działalnością Emitent nie identyfikuje wpływu wojny w Ukrainie oraz konfliktu na Bliskim Wschodzie na model biznesowy oraz podstawowe procesy operacyjne Grupy BRAND24.

Grupa pracuje blisko z organizacjami skupionymi na walce z dezinformacją. Grupa stworzyła m.in. specjalny profil publiczny, gdzie publikujemy ostrzeżenia o dezinformacji i demaskujemy profile botów ją napędzające. Udało się w ten sposób zneutralizować setki botów, a zasięg dezinformacji, jaką rozsiewały, spadł z milionów do dziesiątek tysięcy impresji. Udostępniliśmy jednocześnie nasze narzędzia kilkudziesięciu organizacjom factcheckingowym oraz koordynującym pomoc dla Ukrainy i uchodźców. Dzięki temu mogą one monitorować indywidualne oferty pomocy i przekierowywać je w jedno miejsce. Kontakty otrzymały m.in. takie organizacje jak Fundacja Pravda, Konkret24, Outriders, TechToTheRescue. Poza tym pomagamy również w bardziej konwencjonalny sposób. Część pracowników udostępniła mieszkania dla uchodźców. Przygotowaliśmy również zbierkę najpotrzebniejszych materiałów oraz wsparliśmy inicjatywę Centrum Pomocy Humanitarnej w Szegini.

---

# Oświadczenia zarządu



## Oświadczenia zarządu

- oświadczenie Zarządu w sprawie zgodności z przepisami
- informacja Zarządu o dokonaniu wyboru firmy audytorskiej przeprowadzającej badanie rocznych sprawozdań finansowych

### Oświadczenie Zarządu w sprawie rzetelności sprawozdań

Oświadczamy, że wedle naszej najlepszej wiedzy, roczne sprawozdania finansowe (odpowiednio jednostkowe oraz skonsolidowane) i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z przepisami obowiązującymi emitenta lub standardami uznawanymi w skali międzynarodowej, oraz że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Emitenta oraz jego wynik finansowy, oraz że sprawozdanie z działalności Emitenta i Grupy Kapitałowej zawiera rzetelny obraz rozwoju i rentowności działalności oraz sytuacji Emitenta i Grupy Kapitałowej, w tym opis podstawowych rodzajów ryzyka i niepewności, oraz że sprawozdanie zarządu z działalności zostało sporządzone zgodnie z wymogami art. 49 oraz art. 55a ust. 2 ustawy o rachunkowości..

---

Michał Sadowski  
Prezes Zarządu

Piotr Wierzejewski  
Członek Zarządu

Bartosz Kozłowski  
Członek Zarządu

Data sporządzenia i zatwierdzenia do publikacji Sprawozdania Zarządu: 30 kwietnia 2026 r.

Data publikacji Sprawozdania Zarządu: 30 kwietnia 2026 r.

## Informacja Zarządu BRAND 24 S.A. o dokonaniu wyboru firmy audytorskiej przeprowadzającej badanie rocznych sprawozdań finansowych Spółki

(sporządzona zgodnie z wymogiem § 72 ust. 1 pkt 7 oraz § 73 ust. 1 pkt 7 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 6 czerwca 2025 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych oraz warunków uznawania za równoważne informacji wymaganych przepisami prawa państwa niebędącego państwem członkowskim)

Zarząd BRAND 24 S.A. (Spółka), na podstawie oświadczenia Rady Nadzorczej Spółki o dokonaniu wyboru firmy audytorskiej przeprowadzającej badanie jednostkowego oraz skonsolidowanego rocznego sprawozdania finansowego odpowiednio BRAND 24 i Grupy Kapitałowej BRAND 24 informuje, że:

- Rada Nadzorcza Spółki działając zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa powszechnie obowiązującego oraz na podstawie wewnętrznych regulacji BRAND 24 tj. właściwych polityk oraz procedury wyboru firmy audytorskiej, w oparciu o rekomendację Komitetu Audytu, podjęła uchwałę w sprawie powierzenia firmie audytorskiej Instytut Studiów Podatkowych Modzelewski i Wspólnicy – Audyt Sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie, ul. Kaleńska 8, 04-367 Warszawa do:
  - a) badania jednostkowego oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego Spółki za lata 2025 i 2026,
  - b) przeglądu półrocznych jednostkowych oraz skonsolidowanych sprawozdań finansowych Spółki sporządzanych za I półrocze 2025 i 2026 r.
- firma audytorska Instytut Studiów Podatkowych Modzelewski i Wspólnicy – Audyt Sp. z o. o. oraz członkowie zespołu wykonującego badanie jednostkowego oraz skonsolidowanego sprawozdania finansowego odpowiednio BRAND 24 oraz Grupy Kapitałowej BRAND 24 za rok 2025, spełniali warunki do sporządzenia bezstronnego i niezależnego sprawozdania z badania ww. sprawozdań zgodnie z obowiązującymi przepisami, standardami wykonywania zawodu i zasadami etyki zawodowej;
- w spółce BRAND są przestrzegane obowiązujące przepisy prawa związane z rotacją firmy audytorskiej i kluczowego biegłego rewidenta oraz obowiązkowymi okresami karencji;
- BRAND posiada politykę w zakresie wyboru firmy audytorskiej oraz politykę w zakresie świadczenia na rzecz emitenta przez firmę audytorską, podmiot powiązany z firmą audytorską lub członka jego sieci dodatkowych usług niebędących badaniem, w tym usług warunkowo zwolnionych z zakazu świadczenia przez firmę audytorską.

Michał Sadowski  
Prezes Zarządu

Piotr Wierzejewski  
Członek Zarządu

Bartosz Kozłowski  
Członek Zarządu

Data sporządzenia i zatwierdzenia do publikacji Sprawozdania Zarządu: 30 kwietnia 2026 r.

Data publikacji Sprawozdania Zarządu: 30 kwietnia 2026 r.



# BRAND24

## Kontakt dla inwestorów



Sebastian Krawczyk  
MakMedia Group



+48 608 590 417



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



Brand 24 S. A.  
Powstańców Śląskich 9,  
53-332 Wrocław