

BRAND24

**SPRAWOZDANIE ZARZĄDU Z DZIAŁALNOŚCI
GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24 W
ZA III KWARTAŁ 2022 ROKU**

DATA PUBLIKACJI – 17 LISTOPADA 2022 ROKU

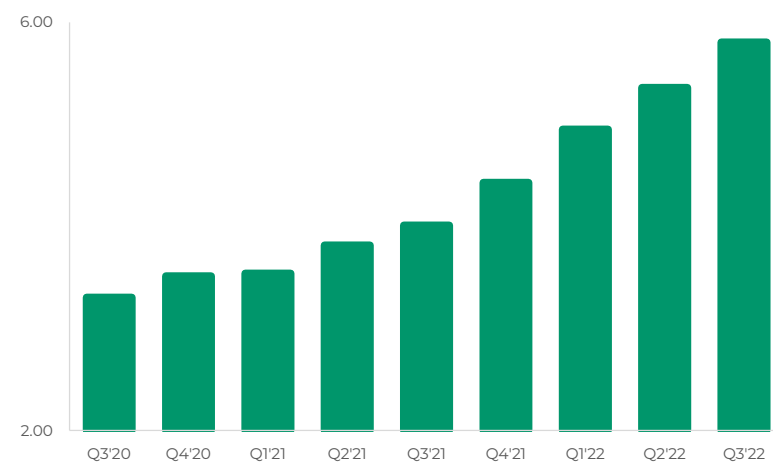
WROCŁAW

PODSUMOWANIE

BRAND24

5.8 mln (+1.8 mln)

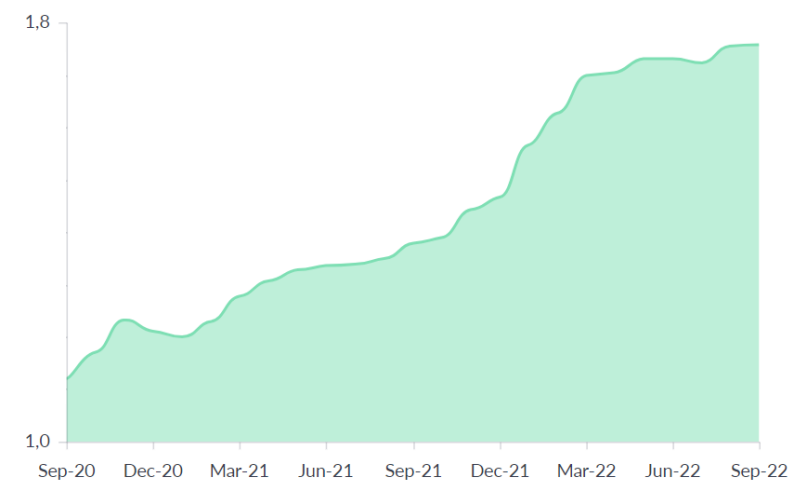
przychodów w Q3'22 (vs. Q3'21)
Wzrost o 45% r/r oraz 8% q/q



Przychody w ujęciu kwartalnym. 74% obecnych przychodów generuje sprzedaż zagraniczna Brand24.

1.8 mln (+0.52 mln)

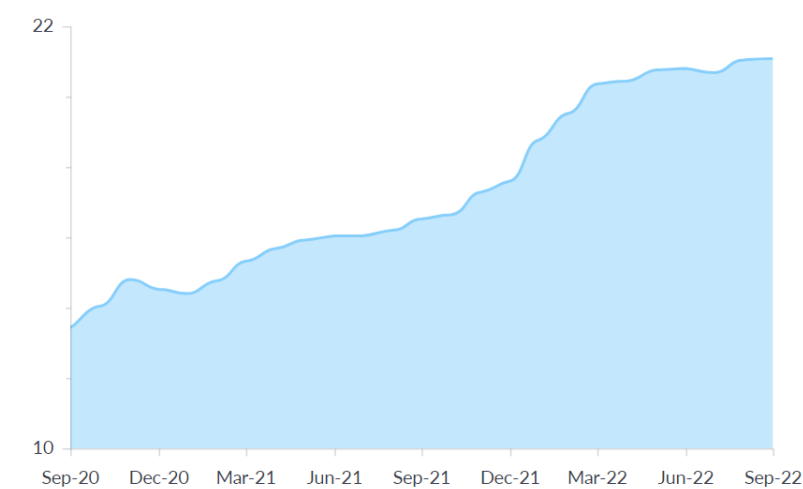
miesięcznych powtarzalnych przychodów (MRR - Monthly Rcurring Revenue) na koniec Q3'22 (vs. Q3'21)



MRR - Termin MRR [ang. Monthly Recurring Revenue] obliczany jest wartość przychodów uzyskanych z miesięcznych płatności abonamentów subskrypcyjnych.

21.6 mln (+6.3mln)

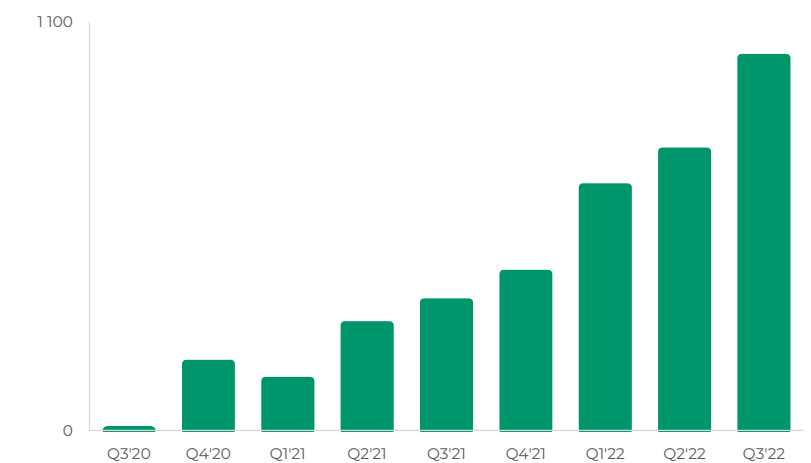
ARR - Annual Run Rate na koniec Q3'22 (vs. Q3'21)



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

2.4 mln (+1.6mln)

skonsolidowany EBIT*
Za Q1-3'22 (vs. Q1-3'2021)



EBIT - Wynik operacyjny bez uwzględnienia kosztów wyceny Programu Motywacyjnego

SPIS TREŚCI

1	WYBRANE DANE FINANSOWE	str. 4-6
2	SYTUACJA FINANSOWA Omówienie danych operacyjnych Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa	str. 7-12
3	DZIAŁALNOŚĆ GK BRAND 24 Informacja nt. Grupy Kapitałowej Brand 24 Działalność Grupy Kapitałowej Model biznesowy – oferta produktowa Odbiorcy usług Najważniejsze wydarzenia w 3Q 2022 oraz do dnia sporządzenia sprawozdania Obszar finansowy Umowy finansowe Transakcje z podmiotami powiązanymi Emisje papierów wartościowych Inwestycje	str. 13-21
4	STRATEGIA Strategia Brand 24	str. 22-28
5	INFORMACJE KORPORACYJNE Akcje i akcjonariat Struktura kapitału zakładowego Struktura akcjonariatu Program motywacyjny Akcje w obrocie na rynku regulowanym Władze Zarząd Rada Nadzorcza	str. 29-34
6	POZOSTAŁE INFORMACJE Zasady sporządzenia sprawozdań finansowych Postępowania przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej Informacja o zatrudnieniu Osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju Inne informacje, które zdaniem Spółki są istotne dla sytuacji Spółki i Grupy Kapitałowej	str. 35-36



W Y B R A N E

DANE FINANSOWE

1. WYBRANE SKONSOLIDOWANE DANE FINANSOWE GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

Skonsolidowany raport za III kwartał 2022 **BRAND24**

Pozycja	w tys. PLN		w tys. EUR	
	Q1-Q3 '22	Q1-Q3 '21	Q1-Q3 '22	Q1-Q3 '21
Przychody ze sprzedaży	16 114	11 365	3 535	2 499
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	9 889	6 283	2 169	1 382
EBITDA	4 240	2 405	930	529
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	2 412	764	529	168
Zysk (strata) netto	1 298	365	285	80
	30.09.2022	31.12.2021	30.09.2022	31.12.2021
Aktywa razem	12 896	11 393	2 648	2 477
Aktywa obrotowe	3 983	2 958	818	643
Kapitał własny	5 679	4 485	1 166	975
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	7 217	6 908	1 482	1 502
Zobowiązania długoterminowe	2 326	2 484	478	540

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

- ▶ kurs obowiązujący w dniu 30 września 2022 roku 1 EUR = 4,8698 PLN
- ▶ kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2021 roku 1 EUR = 4,5994 PLN

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

- ▶ w okresie od 1 stycznia do 30 września 2022 roku 1 EUR = 4,5585 PLN
- ▶ w okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2021 roku 1 EUR = 4,5472 PLN

*EBITDA = wynik operacyjny + amortyzacja

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

Pozycja	w tys. PLN		w tys. EUR	
	Q1-Q3 '22	Q1-Q3 '21	Q1-Q3 '22	Q1-Q3 '21
Przychody ze sprzedaży	15 816	10 964	3 470	2 411
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	10 251	6 263	2 249	1 377
EBITDA	4 690	2 419	1 029	532
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	2 862	777	628	171
Zysk (strata) netto	1 606	356	352	78
	30.09.2022	31.12.2021	30.09.2022	31.12.2021
Aktywa razem	12 734	11 361	2 615	2 470
Aktywa obrotowe	4 021	3 022	826	657
Kapitał własny	6 296	4 689	1 293	1 020
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	6 438	6 672	1 322	1 451
Zobowiązania długoterminowe	2 326	2 484	478	540

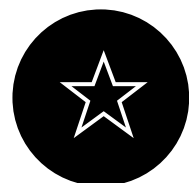
Pozycje dotyczące aktywów i pasywów na koniec okresu sprawozdawczego i w okresie poprzednim przeliczono według średniego kursu ogłoszonego na ostatni dzień bilansowy przez NBP. Kurs ten wyniósł:

- ▶ kurs obowiązujący w dniu 30 września 2022 roku 1 EUR = 4,8969 PLN
- ▶ kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2021 roku 1 EUR = 4,5994 PLN

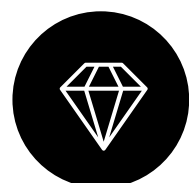
Pozycje dotyczące rachunku wyników przeliczono według kursu stanowiącego średnią arytmetyczną średnich kursów ogłaszanych przez NBP obowiązujących na ostatni dzień każdego miesiąca. Kurs ten wyniósł:

- ▶ w okresie od 1 stycznia do 30 września 2022 roku 1 EUR = 4,5585 PLN
- ▶ w okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2021 roku 1 EUR = 4,5472 PLN

SYTUACJA FINANSOWA



OMÓWIENIE DANYCH OPERACYJNYCH –
CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE NA DANE FINANSOWE



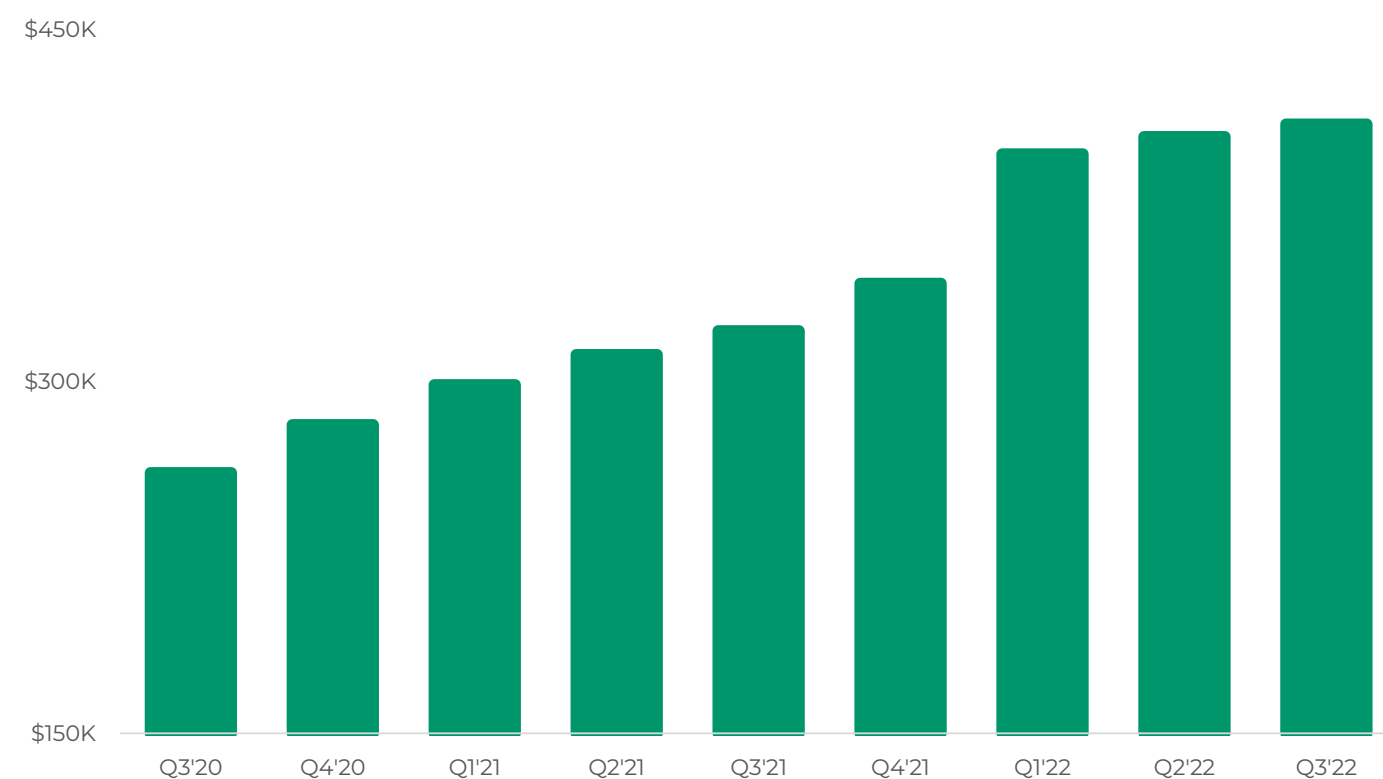
WYNIKI FINANSOWE ORAZ SYTUACJA MAJĄTKOWA



PROGNOZY WYNIKÓW FINANSOWYCH

K L U C Z O W E W S K A Ź N I K I

MRR



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

W okresie III kwartału 2022 roku Grupa zwiększyła MRR o ok. 41% w ujęciu rok do roku (4% q/q) poprawiając kluczowe wskaźniki operacyjne wpływające na wzrost MRR – pozyskiwanie przychodów z nowych klientów, utrata przychodów odchodzących klientów i w efekcie średni przychód z klienta.

W III kwartale 2022 roku Grupa kontynuowała proces zmian cennikowych dla obecnych klientów narzędzia. W miesiącach lipiec, sierpień br. było widoczne spowolnienie wzrostu wynikające z okresu wakacyjnego. Co roku w okresie czerwiec-wrzesień można zauważyć typowe spowolnienie w decyzjach zakupowych klientów co przekłada się na sprzedaż produktu.

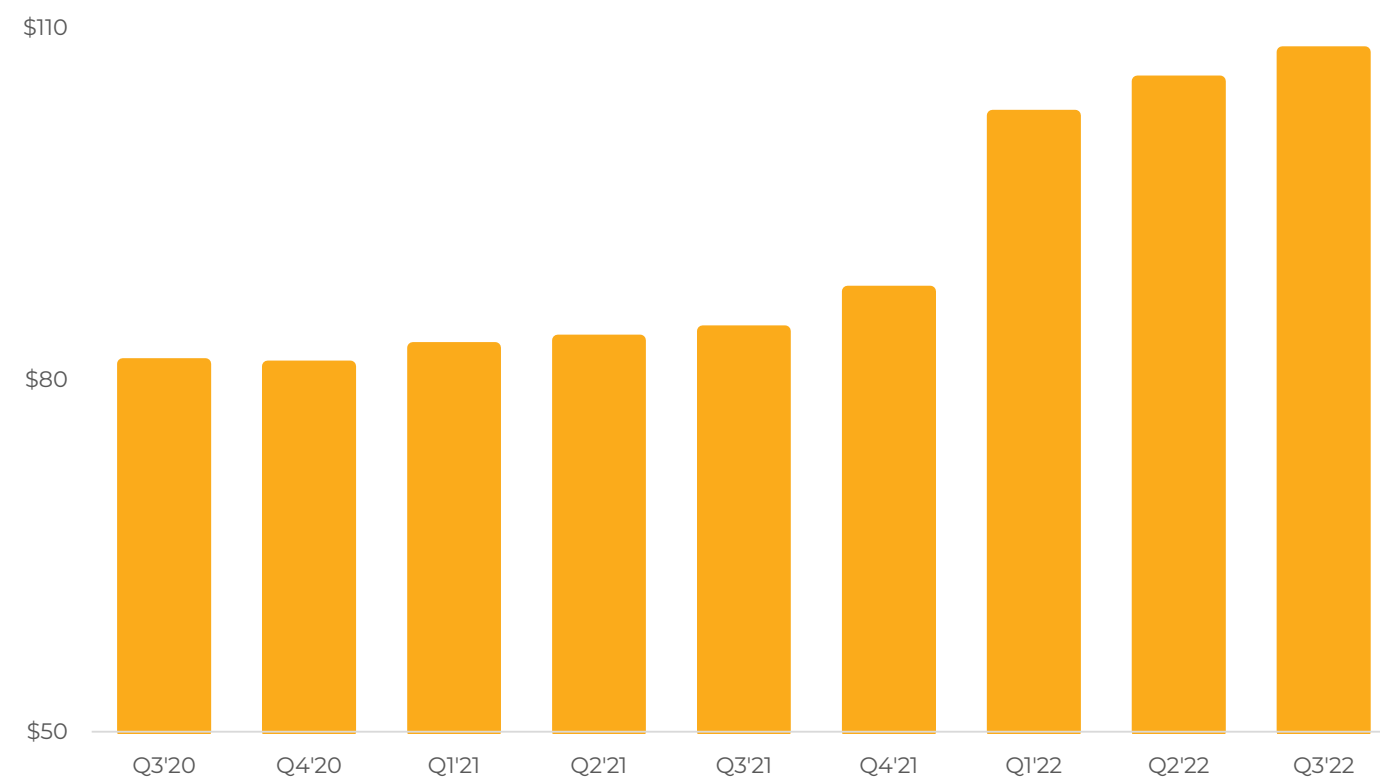
Mimo niesprzyjającego otoczenia makroekonomicznego Grupa kolejny kwartał z rzędu dostarcza wzrost na kluczowych wskaźnikach takich jak MRR czy ARPU.

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

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

Na koniec III kwartału 2022 roku operacyjny MRR wynosił 1 802 tys. PLN (\$410k).

K L U C Z O W E W S K A Ź N I K I

ARPU

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

Średni wskaźnik ARPU w ciągu III kwartału 2022 roku wzrósł do poziomu 475 zł (\$108). Grupa rozpoczęła proces aktualizacji cennika produktowego dla poszczególnych grup klientów w IV kwartale 2021 roku i obecnie większość klientów ma już wdrożony cennik. Jednocześnie ARPU tylko na nowych klientach urosło do poziomu 554 zł (\$126) co oznacza wzrost o blisko 50% w porównaniu do okresu przed zmianą cennika oraz przestrzeń na dalsze wzrosty tego wskaźnika. Mimo niesprzyjającego otoczenia makroekonomicznego Grupa kolejny kwartał z rzędu dostarcza wzrost na kluczowych wskaźnikach takich jak MRR czy ARPU.

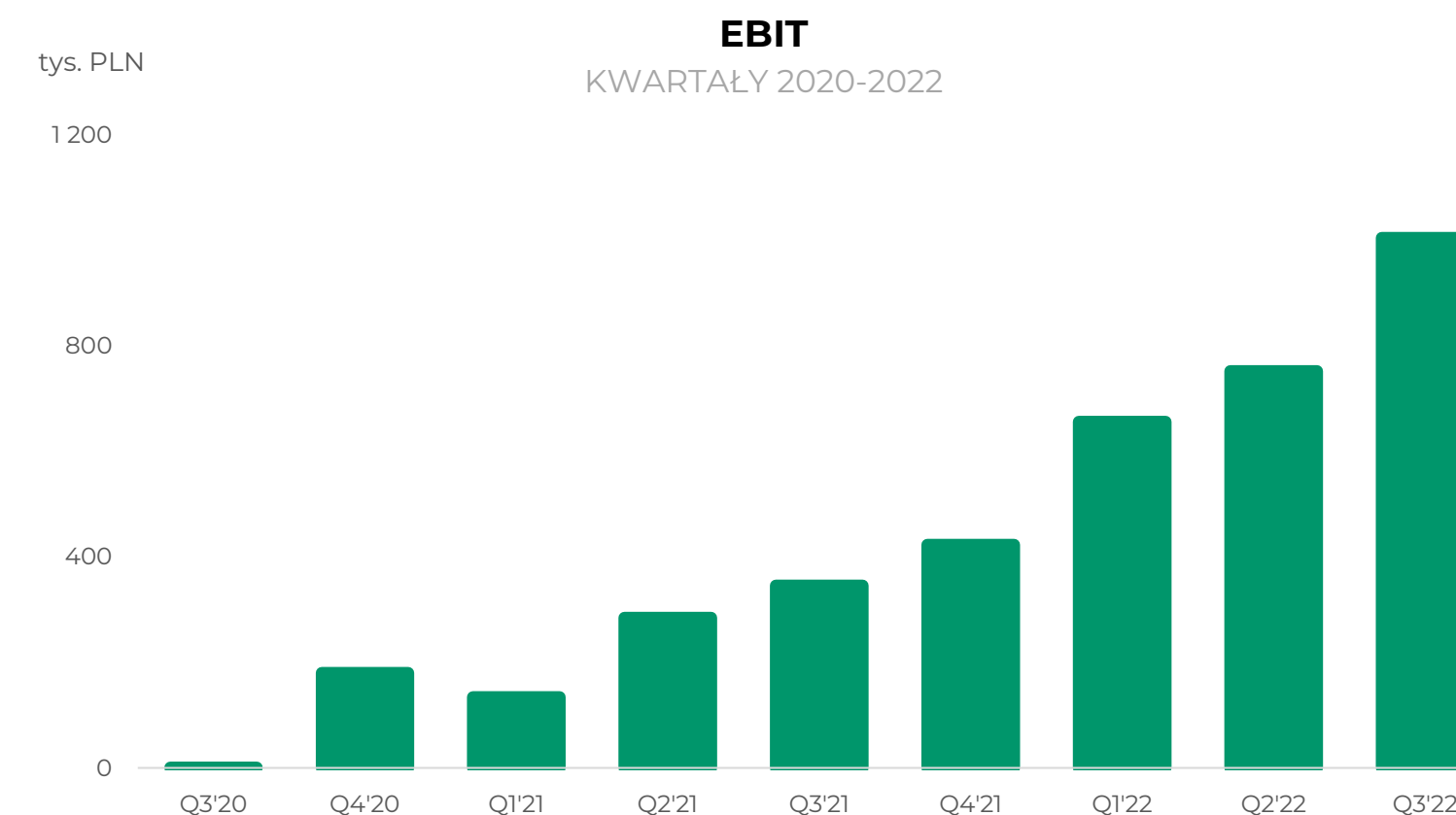
Wersję globalną narzędzia charakteryzuje wyższy poziom ARPU co jest pochodną cennika oraz większego odsetka klientów wybierających najdroższą wersję planu abonamentowego. Zwiększający się udział klientów zagranicznych (o wyższym ARPU niż w wersji polskiej narzędzia) w portfolio wszystkich klientów Grupy 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;
- ▶ korzystny kurs USD względem PLN ;
- ▶ pojawienie się nowych funkcji aplikacji BRAND24;
- ▶ geograficzny podział klientów korzystających z narzędzia Brand 24.

2. WYNIKI FINANSOWE ORAZ SYTUACJA MAJĄTKOWA GK BRAND 24

Pozycja	w tys. PLN			w tys. PLN		
	Q1-Q3 '22	Q1-Q3 '21	Zmiana	Q3 '22	Q3 '21	Zmiana
Przychody netto ze sprzedaży	16 114	11 365	4 749	5 805	4 010	1 795
Koszty sprzedanych usług	6 225	5 082	1 142	2 231	1 744	488
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	9 889	6 283	3 606	3 574	2 267	1 307
Koszty sprzedaży	4 025	3 010	1 015	1 410	1 077	333
Pozostałe koszty ogólnego zarządu	3 351	2 462	889	1 171	835	336
Pozostałe przychody operacyjne	40	1	40	20	0	20
Pozostałe koszty operacyjne	141	47	94	8	10	(1)
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	2 412	764	1 649	1 005	346	659
EBITDA	4 240	2 405	1 835	1 643	881	763
Przychody finansowe	84	25	60	45	14	31
Koszty finansowe	794	258	536	530	70	460
Zysk (strata) brutto	1 703	530	1 173	520	289	230
Zysk (strata) netto	1 298	365	933	381	209	173



Grupa Brand 24 zakończyła okres trzech kwartałów 2022 roku ze skonsolidowanymi przychodami na poziomie 16.1 mln zł (+42% r/r), natomiast w okresie III kwartału 2022 r. skonsolidowane przychody wyniosły 5.8 mln zł, o 0.4 mln zł więcej (+8%) niż w kwartale poprzednim oraz 1.8 mln zł więcej (+45%) niż analogicznym okresie roku poprzedniego. Wzrosty przychodów wynikają bezpośrednio z większego MRR oraz ARPU co jest efektem głównie 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 III kwartale 1.6 mln PLN, co oznacza wzrost o 87% w stosunku do analogicznego okresu w roku poprzednim. Baza kosztów operacyjnych w III kwartale br. nieznacznie wzrosła w porównaniu do poprzedniego kwartału. Grupa cały czas inwestuje w rozwój produktu, nie tylko poprzez inwestycje w produkt, ale także poprzez koszty pozyskania klienta.

W III kwartale 2022 roku Grupa wypracowała 1.0 mln PLN zysku operacyjnego, wynik prawie trzykrotnie lepszy niż w roku poprzednim. Grupa obecnie skupia się na poprawie marżowości operacyjnej biznesu.

Grupa cały czas inwestuje w rozwój swoich produktów poprzez rozbudowywanie funkcjonalności oraz automatyzację, co w perspektywie czasu powinno wpłynąć na dalsze powiększanie przychodów ze sprzedaży.

AKTYWA Pozycja	w tys. PLN		
	30.09.2022	31.12.2021	Zmiana
Aktywa trwałe	8 913	8 435	478
Rzeczowe aktywa trwałe	123	73	49
Aktywa z tytułu prawa do użytkowania	1 326	1 933	(608)
Wartości niematerialne	6 818	5 463	1 355
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	570	893	(324)
Pozostałe aktywa trwałe	77	72	5
Aktywa obrotowe	3 983	2 958	1 025
Należności handlowe	633	712	(79)
Należności z tytułu bieżącego podatku dochodowego	-	-	-
Pozostałe należności	905	329	576
Rozliczenia międzyokresowe	437	186	251
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	2 008	1 731	277
Aktywa razem	12 896	11 393	1 503

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.

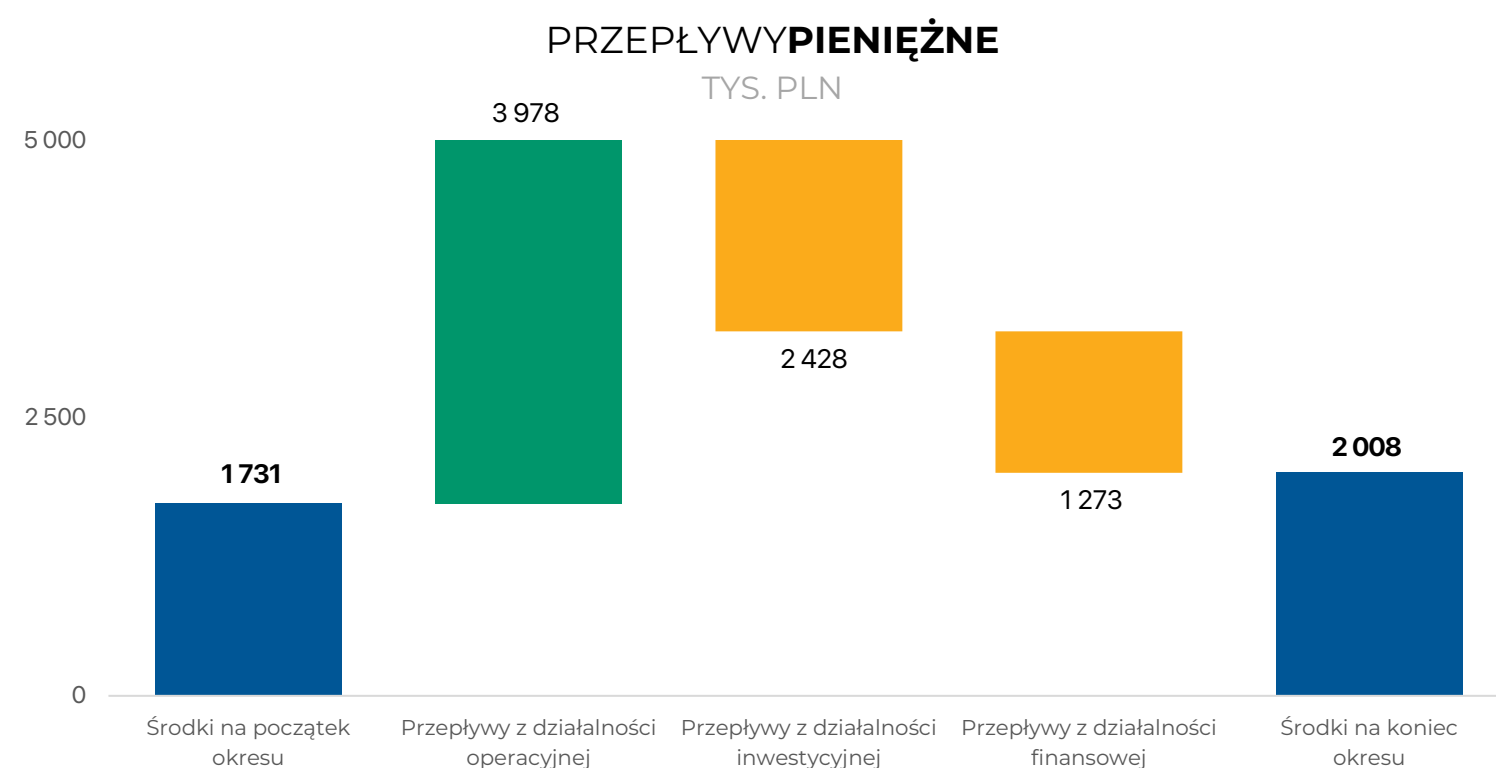
Główną pozycją dla aktywów obrotowych są środki pieniężne.

PASywa Pozycja	w tys. PLN		
	30.09.2022	31.12.2021	Zmiana
Kapitał własny	5 679	4 485	1 194
Kapitał podstawowy	221	220	1
Kapitał zapasowy	7 831	7 831	-
Pozostałe kapitały	4 628	4 628	-
Różnice kursowe z przeliczenia	(135)	(30)	(106)
Zyski zatrzymane	(6 866)	(8 164)	1 298
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	7 217	6 908	309
Zobowiązania z tytułu leasingu	1 413	2 044	(631)
Zobowiązania handlowe	1 201	999	202
Zobowiązania do wykonania świadczenia	2 733	2 151	582
Kredyty i pożyczki	720	999	(279)
Rezerwy i Pozostałe	1 150	715	435
Pasywa razem	12 896	11 393	1 503

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

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

PRZEPIŁY WY PIENIĘŻNE Pozycja	w tys. PLN		
	Q1-Q3 '22	Q1-Q3 '21	Zmiana
Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej	3 978	2 037	1 942
Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej	(2 428)	(1 409)	(1 019)
Przepływy pieniężne z działalności finansowej	(1 273)	(1 086)	(187)
Przepływy pieniężne netto	277	(458)	735
Środki pieniężne na początek okresu	1 731	972	759
Środki pieniężne na koniec okresu	2 008	514	1 494



Spółka, tak jak w latach poprzednich, inwestuje środki pieniężne wygenerowane na działalności operacyjnej w rozwój produktu i zasoby dedykowane powiększaniu bazy klientów.

Działalność inwestycyjna jest realizowana poprzez prace rozwojowe nad produktami grupy Brand 24, tak aby sprostać potrzebom klientów i utrzymać konkurencyjność na rynku.

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

Mając na względzie bieżący poziom kosztów prowadzenia działalności, zakres udostępnionych produktów finansowych oraz przewidywane przepływy pieniężne z podstawowej działalności operacyjnej w perspektywie kolejnych miesięcy, na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania Emitent nie identyfikuje istotnych zakłóceń w zakresie realizacji wymagalnych zobowiązań. 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.

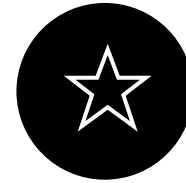
Grupa na dzień bilansowy nie otrzymała jeszcze dofinansowania w wysokości 1.0 mln PLN w związku unijnym projektem "Abstrakcyjna sumaryzacja danych multimodalnych...". Koszty te zostały poniesione w okresie sprawozdawczym w całości z własnych środków i Grupa oczekuje na refundację.

Prognozy wyników finansowych

Emitent nie publikował jednostkowych oraz skonsolidowanych prognoz wyników finansowych na rok 2022.

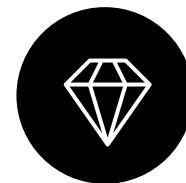
Jednocześnie w związku z przyjęciem Programu motywacyjnego na lata 2021-2023 przedstawione zostały w raporcie bieżącym 19/2021 wskaźniki operacyjne na lata 2021-2023. Wskaźniki te stanowią wyłącznie projekcję wskazującą pożądane do realizacji cele biznesowe na lata 2021-2023 stanowiące kryterium do oceny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

DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24



INFORMACJA NT. GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

- ▶ działalność Grupy Kapitałowej Brand 24



OBSZAR OPERACYJNY

- ▶ model biznesowy – oferta produktowa
- ▶ odbiorcy usług
- ▶ najważniejsze wydarzenia w Q1-3 2022 oraz do dnia sporządzenia sprawozdania



OBSZAR FINANSOWY

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

3. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

SKŁAD GRUPY / MODEL BIZNESOWY / OFERTA PRODUKTOWA

Skonsolidowany raport za III kwartał 2022 **BRAND24**

Brand24 jako Spółka

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

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

Działalność Grupy Kapitałowej Brand 24

Działalność Grupy prowadzona jest w ramach spółek Brand 24 S.A. (Emitent, Brand 24, Jednostka Dominująca), która jest liderem na polskim rynku usług monitoringu Internetu oraz spółki zależnej Brand24 Global Inc. (Spółka Zależna), która odpowiada za obsługę klientów spoza Polski.

Emitent został założony w 2011 roku jako spółka akcyjna. Podstawowym przedmiotem jego działalności jest sprzedaż dostępu do oprogramowania internetowego umożliwiającego monitoring treści w sieci.

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

Spółka Zależna została utworzona i działa zgodnie z prawem stanu Delaware (USA). Emitent posiada 100% kapitału zakładowego/ogólnej liczby głosów w tej spółce. Spółka Zależna prowadzi działalność tożsamą do działalności Emitenta na terytorium Stanów Zjednoczonych i dostarcza rozwiązania identyczne jak Brand 24 S.A. Działalność operacyjna Spółki Zależnej sprowadza się do roli dystrybutora usług, jakie świadczy Brand 24 S.A, a zarazem Spółka Zależna nie handluje żadnymi innymi usługami. Spółka Zależna oraz Emitent od 2016 roku są związani umową odsprzedaży („reseller agreement”), której przedmiotem jest dystrybucja produktu Brand24 na terytorium Stanów Zjednoczonych oraz współpraca stron w celu zapewnienia odpowiedniej jakości usług świadczonym klientom ze Stanów Zjednoczonych.

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

Rozwiązanie Brand24

Emitent jest twórcą i dostawcą oprogramowania analitycznego Brand24 służącego do monitorowania treści w Internecie, m.in. w mediach społecznościowych, na blogach, forach oraz w serwisach informacyjnych.

Oprogramowanie Brand24 zgodnie z kryteriami zdefiniowanymi przez użytkownika zbiera i wstępnie analizuje publiczne wzmianki na temat marek, produktów oraz ogólnie poruszanych tematów zawierających monitorowane słowa kluczowe. Oprogramowanie dostępne jest w wersji web (za pośrednictwem przeglądarki internetowej) oraz w formie aplikacji mobilnej na urządzenia z systemem Android oraz iOS. Dodatkowo Grupa rozwija komplementarne produkty takie jak Insights24, które pozwalają dotrzeć do nowego grona odbiorców monitoringu Internetu.

Oprogramowanie Brand24 pozwala użytkownikowi na:

- ▶ uzyskanie informacji o klientach – zrozumienie ich preferencji w celu lepszego dostosowania komunikacji i działań marketingowych,
- ▶ akwizycję klientów – dotarcie do obecnych i potencjalnych klientów oraz generowanie leadów sprzedażowych,
- ▶ spersonalizowaną komunikację – nawiązanie bezpośredniej korespondencji z klientami tam gdzie pojawia się dyskusja na temat danej marki czy produktu. Pozwala to punktowo wpływać na wizerunek marki, co przekłada się na lepsze jej postrzeganie oraz wzrost poziomu zadowolenia klientów,
- ▶ odnalezienie tzw. influencerów, czyli osób, które wpływają na aktualne trendy w konkretnej branży, umożliwia to dodatkowe promowanie danej marki przy bezpośredniej współpracy z osobami cenionymi w danym środowisku.

Funkcjonalności dostępne w Brand24 wspierają zarządzanie marką w Internecie poprzez:

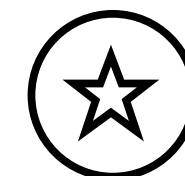
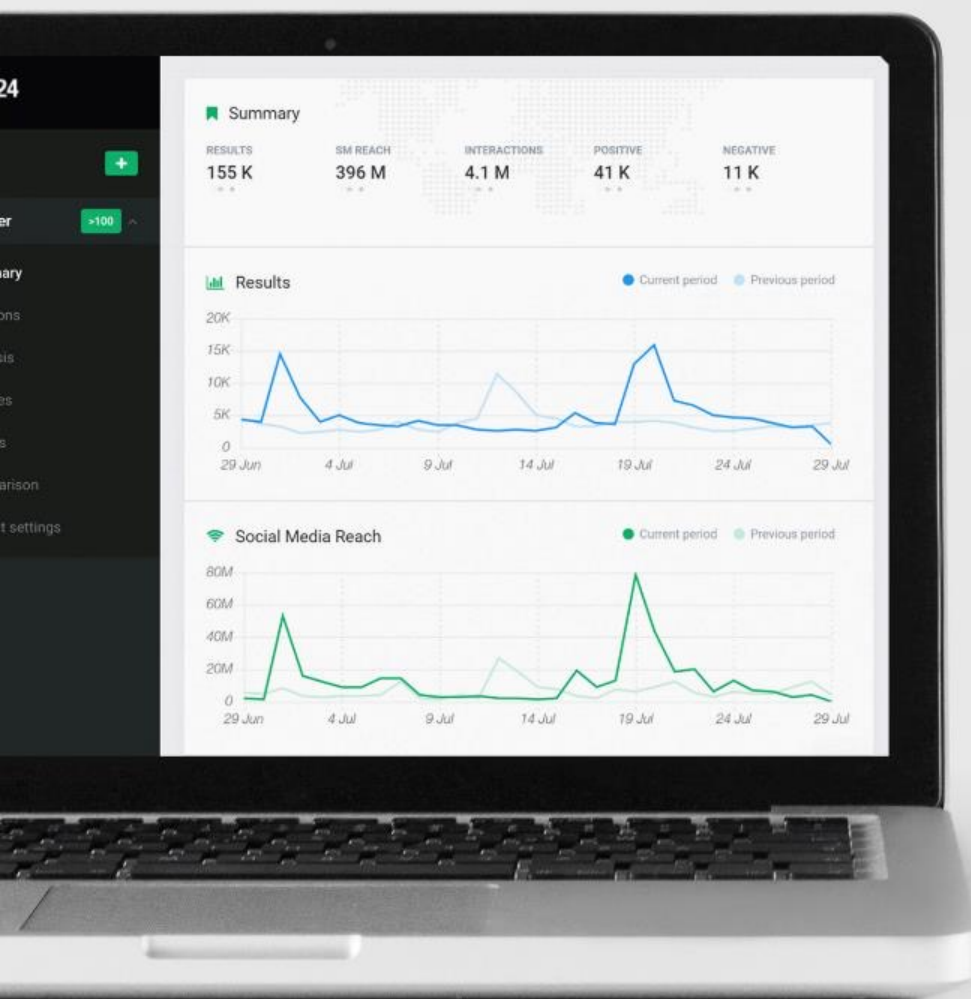
- ▶ ochronę wizerunku, dzięki szybkiemu dostępowi do dyskusji na temat firmy czy produktu o największym zasięgu,
- ▶ analizę efektywności działań marketingowych, pozwalającą na optymalizację jej kosztów,
- ▶ analizę działań konkurencji,
- ▶ identyfikację osób komunikujących wątki związane z marką i nawiązanie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

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

3. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

SKŁAD GRUPY / MODEL BIZNESOWY / OFERTA PRODUKTOWA

Skonsolidowany raport za III kwartał 2022 **BRAND24**



OCHRONA REPUTACJI

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



OCENA MARKETINGU

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



ZROZUMIENIE KLIENTÓW

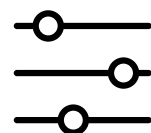
Zbieranie informacji zwrotnej od konsumentów publikujących opinie w Internecie. Zdobywanie wiedzy, którą można wykorzystać w poprawie komunikacji lub produktu.

Technologia

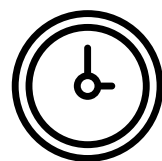
Technologia wykorzystywana przez Grupę została stworzona wewnątrz przez zespół założycieli i pracowników Spółki. Technologia ta jest cały czas rozwijana a jej cechami charakterystycznymi są:

- ▶ działanie w czasie rzeczywistym,
- ▶ możliwość uzyskania dostępu do oprogramowania w dowolnym czasie, z dowolnego miejsca na ziemi i z dowolnego urządzenia z podłączeniem do Internetu,
- ▶ automatyzacja procesu wyszukiwania poruszanych w Internecie zagadnień przy wykorzystaniu technologii big data (wykorzystanie robotów internetowych, ang. "web crawler"),
- ▶ archiwizacja miliardów wzmianek identyfikowanych dla byłych i obecnych klientów Spółki oraz udostępnianie zasobów archiwalnych, przy kolejnych wyszukiwaniach,
- ▶ śledzenie milionów źródeł jednocześnie, włączając serwisy społecznościowe, blogi czy serwisy prasowe,
- ▶ łatwa skalowalność na dziesiątki tysięcy użytkowników bez potrzeby proporcjonalnego powiększania zespołu osobowego oraz zmiany technologii,
- ▶ oszczędność czasu i zasobów użytkowników dzięki automatyzacji analityki trendów i sentymentu.

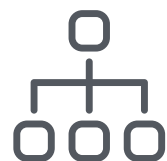
Oprogramowanie dostarczane jest w formie SaaS (ang. Software as a Service) w chmurze publicznej w kilku wariantach abonamentowych w wersjach dedykowanych rynkowi polskiemu oraz wersji globalnej.



łatwa skalowalność



oszczędność zasobów



korzyści skali wpływające na jakość produktu

Model SaaS

Oprogramowanie SaaS, które stanowi jeden z modeli chmury obliczeniowej, coraz częściej zastępuje tradycyjne oprogramowanie pozwalając klientom na optymalizację wykorzystywanych zasobów, podniesienie niezawodności, skalowalności i elastyczności wykorzystywanych rozwiązań. SaaS jest najbardziej kompleksową usługą segmentu Cloud Computing polegającą na dostarczeniu usługobiorcy aplikacji oraz infrastruktury niezbędnej do jej prawidłowego działania.

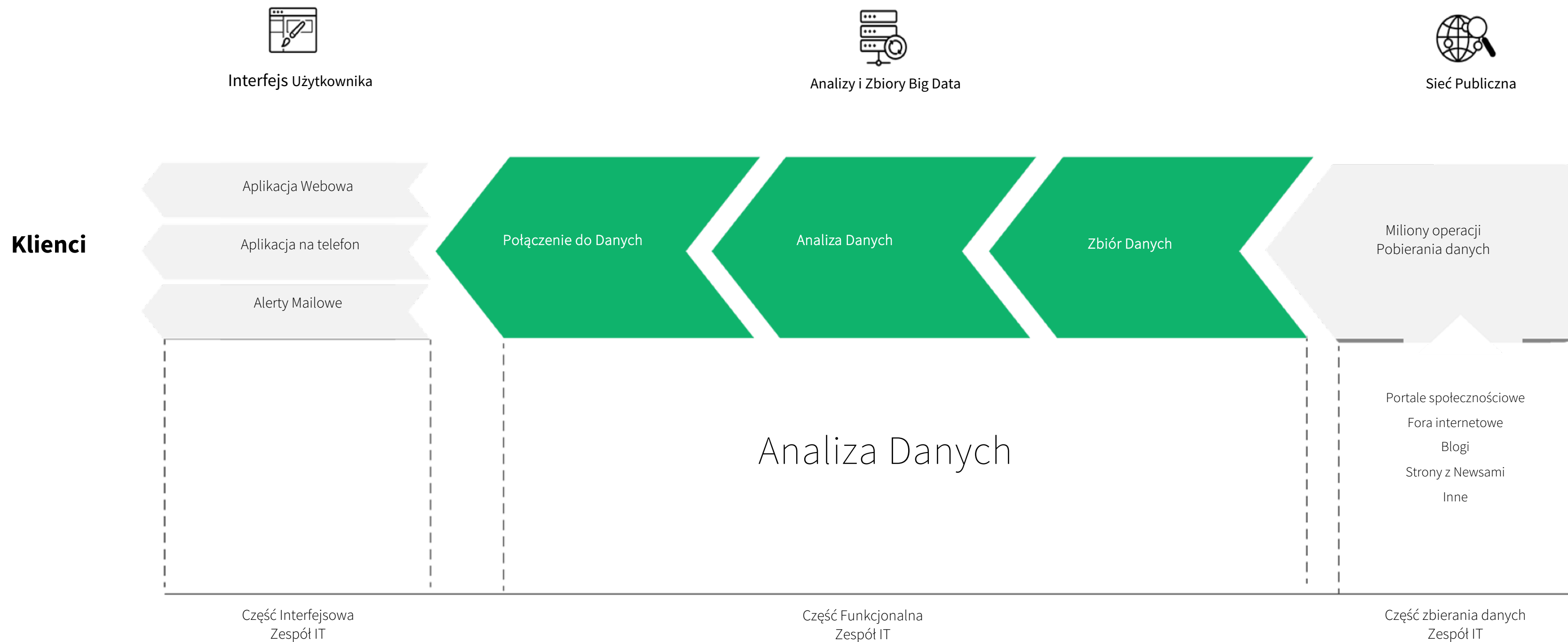
Sprzedaż produktu w formie SaaS polega na zdalnym udostępnianiu oprogramowania przez Internet. W ramach SaaS świadczone są m.in. usługi wspomagające zarządzanie przedsiębiorstwem oraz sprzedaż produktów i usług przez nie oferowanych. Przychody spółek z branży SaaS generowane są głównie poprzez pobieranie z góry opłat abonamentowych za dostęp do oprogramowania. Istnieje także wiele dodatkowych modeli pobierania opłat, m.in. opłata za transakcję, wolumen, funkcje, limity wykorzystania zasobów.

Sprzedaż oprogramowania w formie SaaS niesie za sobą znaczące korzyści zarówno po stronie klienta, jak i dostawcy. Najczęściej wymieniane korzyści dla klienta to:

- ▶ oszczędności na kosztach sprzętu, infrastruktury, wsparcia i serwisu,
- ▶ uproszczenie procesu implementacji aplikacji (krótki czas wdrożenia oraz marginalne koszty implementacji) – dotyczy to również aktualizacji oprogramowania do najnowszej wersji, która najczęściej wykonywana jest przez dostawcę automatycznie i bezobsługowo ze strony klienta,
- ▶ cykliczne i stosunkowo niskie płatności abonamentowe zamiast wysokiego jednorazowego kosztu zakupu oprogramowania i niezbędnej infrastruktury,
- ▶ mnogość pakietów pozwalająca na dostosowanie oferty do własnych potrzeb,
- ▶ skalowalność produktu wraz ze wzrostem zapotrzebowania ze strony klienta,
- ▶ dostępność usługi – możliwość korzystania z aplikacji z dowolnego miejsca za pomocą komputerów stacjonarnych i urządzeń mobilnych.

3. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

OBSZAR OPERACYJNY



3. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

ODBIORCY USŁUG

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

Poniżej zaprezentowano informację nt. przychodów Grupy z tytułu świadczonych usług w poszczególnych kwartałach w latach 2020-2022.

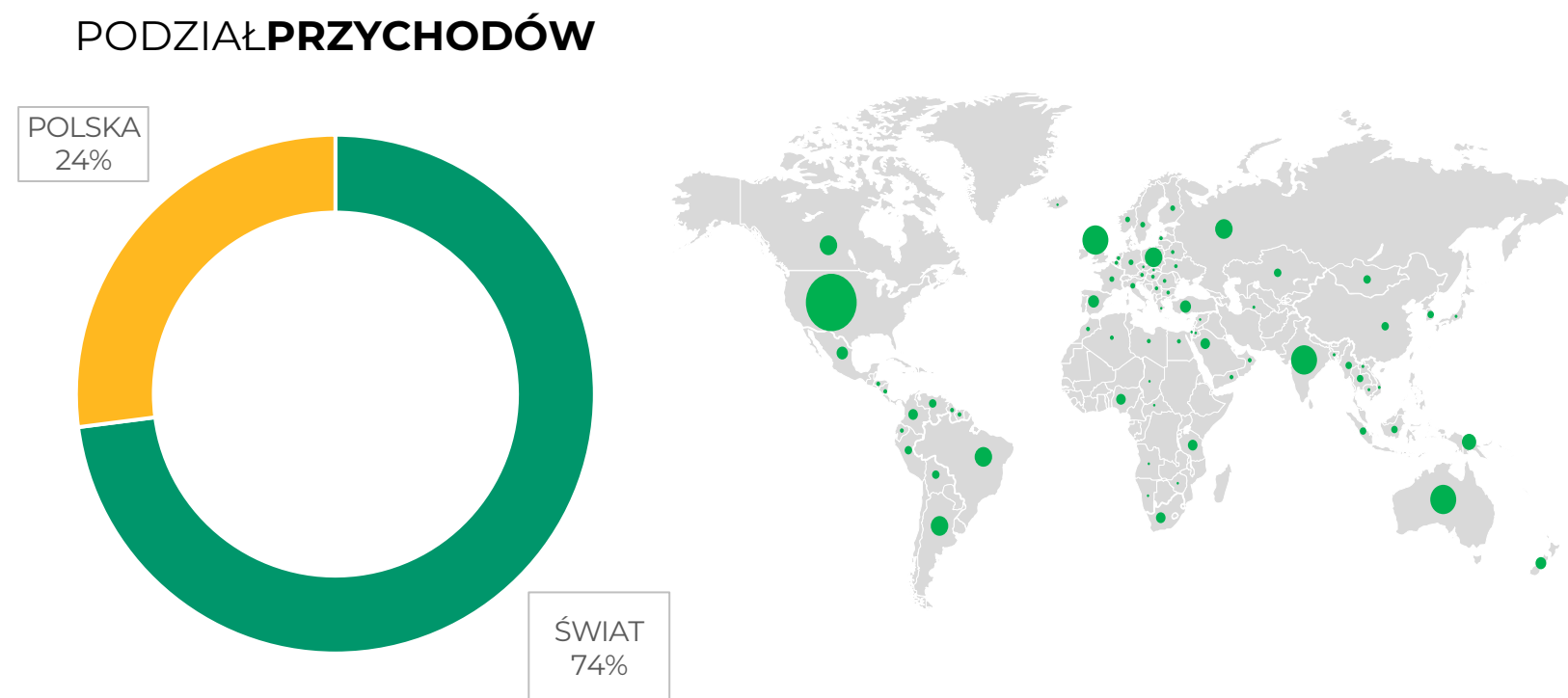


Większość klientów Grupy Brand 24 wykorzystuje oprogramowanie na potrzeby własne. W pozostałym zakresie klienci korzystający z rozwiązania Brand24 to agencje (interaktywne, SEM/SEO, PR, domy mediowe), wykorzystujące oprogramowanie przy projektach wykonywanych na rzecz podmiotów trzecich.

Grupa Brand 24 monitoruje dziesiątki tysięcy słów kluczowych dla klientów pochodzących z ponad 120 krajów, m.in. z USA, Wielkiej Brytanii, Polski, Indonezji, Włoch, Bułgarii, Kanady, Singapuru, Emiratów Arabskich oraz Australii. W gronie użytkowników narzędzia Brand 24 znajdują się takie marki jak Intel, Carlsberg, IKEA, H&M, Vichy, GlaxoSmithKleine, czy Credit Agricole.

Ekspansja zagraniczna rozpoczęła się wraz z uruchomieniem globalnej wersji narzędzia Brand24 w 2015 roku. Od tego momentu dynamicznie przybywa klientów korzystających z narzędzia poza granicami Polski.

Poniżej przedstawiono strukturę geograficzną klientów Grupy Brand 24 według stanu na koniec III kwartału 2022 roku.



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

3. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

NAJWAŻNIEJSZE WYDARZENIA W 1-3 KWARTALE 2022 ORAZ DO DNIA SPORZĄDZENIA SPRAWOZDANIA

Skonsolidowany raport za III kwartał 2022 **BRAND24**

Zdarzenia operacyjne

Poniżej przedstawiono najważniejsze wydarzenia o charakterze operacyjnym jakie miały miejsce w 1-3 kwartale 2022 roku oraz po zakończeniu okresu sprawozdawczego:

- ▶ **Aplikacja w makretplace Semrush** – przygotowanie na bazie systemu Brand24 aplikacji do monitoringu mediów w marketplace Semrush
- ▶ **Poszerzenie zakresu historycznych danych** – wdrożenie mechanizmu, który pozwala na załadowanie danych historycznych on-demand
- ▶ **Nowy algorytm sentymentu** – nowy algorytm pozwalający określać sentyment dla wzmianek w nowej wersji jest skuteczniejszy o 30% względem poprzedniej wersji
- ▶ **Monitoring opinii aplikacji mobilnych** – wdrożenie monitoringu opinii sklepów aplikacji mobilnych Google Play oraz Appstore
- ▶ **Wdrożenie nowego cennika** – wdrożenie nowego cennika dla bazy istniejących klientów aplikacji
- ▶ **Monitoring Telegram** – wdrożenie monitoringu platformy Telegram
- ▶ **Nowa zakładka wzmianki** – wdrożenie nowej wersji głównego widoku aplikacji Brand24
- ▶ **Nowa funkcja kontekstu dyskusji** – ulepszenie funkcji o z lematyzację oraz ocenę sentymentu
- ▶ **Monitoring LinkedIn** – wdrożenie monitoringu platformy LinkedIn

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 trzech kwartałów 2022 roku Grupa wygenerowała 221 tys. PLN przychodów z produktu Insights24 oraz 51 tys. PLN przychodów aplikacji z platformy Semrush.

Inne istotne wydarzenia

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

Zarejestrowany kapitał zakładowy Spółki wynosi 220.845,30 zł i dzieli się na 2.208.453 akcji o wartości nominalnej 0,10 zł każda, w tym: 1.000.000 akcji serii A; 538.400 akcji serii B; 15.384 akcje serii C; 71.769 akcji serii D; 13.267 akcji serii E; 86.000 akcji serii F; 172.482 akcji serii G; 58.937 akcji serii H; 110.000 akcji serii I, 130.000 akcji serii J oraz 12.215 akcji serii K.

Pozostała wartość nominalna warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego wynosi 13.888,40 zł. Ogólna liczba głosów wynikająca ze wszystkich ww. akcji Spółki wynosi 2.208.453 zł.

3. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

NAJWAŻNIEJSZE WYDARZENIA W 1-3 KWARTALE 2022 ORAZ DO DNIA SPORZĄDZENIA SPRAWOZDANIA

Skonsolidowany raport za III kwartał 2022 **BRAND24**

Inne istotne wydarzenia

W dniu 3 sierpnia 2022 r. uchwałą Zarządu BRAND 24 S.A. dokonano przyznania 12.215 warrantów subskrypcyjnych imiennych serii C. Objęcie warrantów nastąpiło nieodpłatnie w ramach Programu Motywacyjnego 2021-2023, uchwalonego przez Nadzwyczajne Walne Zgromadzenia Spółki w dniu 29 listopada 2021 r. W dniu 19 sierpnia 2022 r. Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych S.A. [KDPW] wydał oświadczenie, w którym KDPW poinformował o zawarciu ze Spółką umowy o rejestrację w depozycie papierów wartościowych 12.215 imiennych warrantów subskrypcyjnych Spółki serii C. Rejestracja warrantów subskrypcyjnych nastąpiła w dniu 23 sierpnia 2022 r., natomiast w dniu 12 września 2022 r. w związku z wykonaniem praw z tych warrantów subskrypcyjnych, w KDPW zostało zarejestrowanych 12.215 akcji serii K. W dniu 15 września 2022 r. w związku z zapisaniem akcji serii K na rachunkach papierów wartościowych podmiotów, które objęły je w związku z realizacją Programu Motywacyjnego Spółki, nastąpiło podwyższenie kapitału zakładowego Spółki o kwotę 1.221,50 zł.

W dniu 13 października 2022 r. Zarząd Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. podjął uchwałę, na podstawie której stwierdził dopuszczenie do obrotu giełdowego na rynku podstawowym 12.215 akcji zwykłych na okaziciela serii K oraz postanowił o wprowadzeniu tych akcji do obrotu giełdowego na rynku podstawowym z dniem 20 października 2022 r.

W dniu 16 listopada 2022 r. Krajowy Rejestr Sądowy dokonał rejestracji 12.215 akcji serii K oraz podwyższenia kapitału zakładowego o kwotę 1.221,50 zł.

Umowy finansowe

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

W ramach zarządzania ryzykiem walutowym oraz ograniczenia wpływu ryzyka walutowego na wyniki finansowe, Grupa współpracuje z bankiem oraz podmiotem, z którymi ma możliwość wymieniać walutę (USD) po ustalonym wcześniej kursie. Maksymalna wartość zleceń, do jakiej Grupa może wymienić walutę to kwota 8,7 mln zł przy średnim kursie 1 USD = 4,39 PLN z maksymalnym terminem rozliczeń przypadającym na wrzesień 2023 roku.

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

Na dzień 30 września 2022 roku oraz na dzień publikacji niniejszego raportu Emitent nie posiadał udzielonych poręczeń lub gwarancji jak również innych wystawionych weksli.

Transakcje z podmiotami powiązanymi

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

Emisje papierów wartościowych

W związku z realizacją Programu Motywacyjnego 2021-2023, w dniu 15 września 2022 r. nastąpiło objęcie łącznie 12.215 akcji serii K przez uczestników tego programu w efekcie czego wskazane akcje zostały zapisane na rachunkach papierów wartościowych podmiotów, które objęły je w związku z realizacją programu motywacyjnego Spółki i tym samym nastąpiło podwyższenie kapitału zakładowego Spółki o kwotę 1.221,50 zł.

Poza powyższym w okresie sprawozdawczym oraz do dnia publikacji niniejszego raportu nie miały miejsca emisje papierów wartościowych.

Inwestycje

W III kwartale 2022 roku poniesione zostały nakłady inwestycyjne na prace rozwojowe nad produktami w wysokości 0,83 mln. zł. Grupa stale rozwija swój produkty, tak aby sprostać potrzebom klientów i utrzymać konkurencyjność na rynku.

PLANY PRODUKTOWE

Najważniejsze projekty na roadmapie produktowej na najbliższe miesiące

YTD 2022

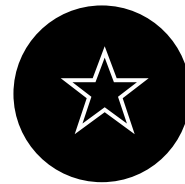
Q4 2022



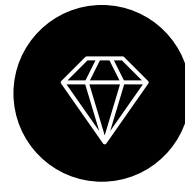
- ▶ Nowa zakładka Mentions
- ▶ Nowa funkcja kontekstu dyskusji
- ▶ Monitoring Telegram
- ▶ Monitoring opinii aplikacji mobilnych Appstore oraz Google Play
- ▶ Monitoring LinkedIn

- ▶ Rozbudowa mechanizmów onboardingu nowych klientów
- ▶ Nowa strona główna Brand24
- ▶ Monitoring TrustPilot
- ▶ Rozbudowa analityki marki w Brand24
- ▶ Nowy mechanizm współdzielenia większej ilości danych pomiędzy klientami

STRATEGIA



STRATEGIA GRUPY BRAND 24



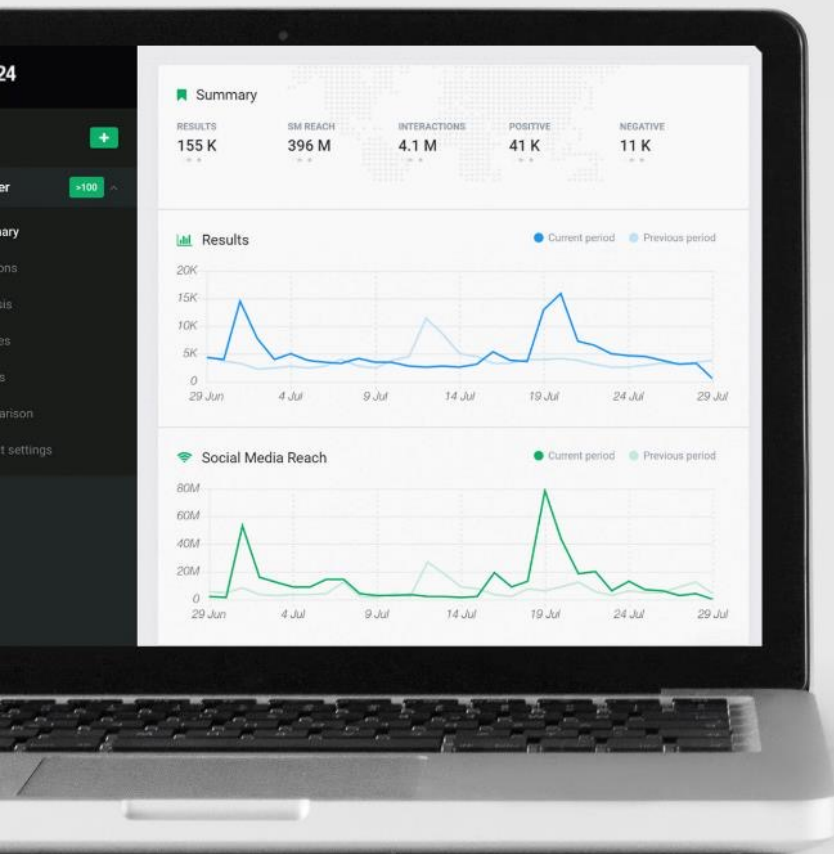
CZYNNIKI, KTÓRE WPŁYNĄ NA PRZYSZŁE WYNIKI



RYZYZKO PROWADZONEJ DZIAŁALNOŚCI

- ▶ ryzyko operacyjne
- ▶ ryzyko finansowe

4. CZYNNIKI, KTÓRE WPŁYNĄ NA PRZYSZŁE WYNIKI



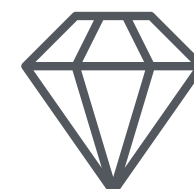
Poniżej zamieszczono informacje nt. wybranych czynników które w ocenie Emitenta będą miały wpływ na przyszłe wyniki:

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

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



wzmocnienie pozycji na arenie międzynarodowej poprzez zwiększenie skali i efektywności działań skupiających się na pozyskiwaniu klientów, dalszego rozwoju i udoskonalania oprogramowania Brand 24, poprawa rentowności dzięki rosnącej skali i efektywnemu rozłożeniu kosztów stałych Grupy



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

Osiągnięcie powyższych celów będzie możliwe dzięki:



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



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



Poszerzenie działalności Grupy o produkty komplementarne, oferowane dla tej samej grupy docelowej, która korzysta już z Brand24 poprzez wykorzystanie know-how zgromadzonego przez 10 lat budowy i ekspansji zagranicznej Brand24 oraz nabyte doświadczenia marketingowe. Strony należące do Brand24 odwiedzane są przez około 100,000 użytkowników miesięcznie. Użytkownicy Ci trafiają na polecenia testów Brand24, ale także wielu innych narzędzi, które rekomendowane są na stronach Brand24 w ramach partnerstwa lub jako niezależne produkty. Strony Brand24 to duży potencjał promocyjny, który można kapitalizować przy nowych produktach Grupy Brand24.

W 2021 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.

4. RYZYKO PROWADZONEJ DZIAŁALNOŚCI

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

Ryzyko operacyjne	Opis ryzyka
Ryzyko związane z pozyskaniem i utrzymaniem klientów	Pozyskanie klienta jest realizowane wyłącznie w oparciu o ruch przychodzący (inbound marketing), którego zadaniem jest umożliwienie odbiorcom samodzielnego odnalezienia w Internecie oprogramowania Brand 24, przetestowanie go oraz zakupienie do niego dostępu przy możliwie minimalnym kontakcie z pracownikami Grupy. Oprogramowanie Brand 24 sprzedawane jest głównie poprzez stronę internetową Emitenta. Klient rozpoczyna korzystanie z usług Grupy po zaakceptowaniu zamieszczonego na stronie internetowej Emitenta regulaminu. Z tą chwilą następuje aktywacja konta danego użytkownika, który może korzystać z narzędzia Brand 24 bezpłatnie przez określony okres próbny. Po upływie okresu próbnego użytkownik ma prawo wybrać plan abonamentowy, po opłaceniu którego może korzystać z oprogramowania Brand 24 przez czas trwania abonamentu. Abonament opłacony przez użytkownika odnawia się automatycznie, chyba że użytkownik zgłosi chęć rezygnacji z usług. W przypadku rezygnacji z usługi, użytkownik traci dostęp do oprogramowania. Skuteczne pozyskiwanie i utrzymanie klientów przez Grupę uzależnione jest od wielu czynników (m.in. skuteczności działań marketingowych, atrakcyjności oferowanego produktu, poziomu wyedukowania klienta, świadomości korzyści płynących ze stałego monitoringu Internetu, otoczenia konkurencyjnego, regulacji prawnych lub polityki cenowej).
Ryzyko związane z rozwojem rynku SaaS	Branża SaaS znajduje się na etapie szybkiego wzrostu i rozwoju. W sposób ciągły zmieniają się standardy branżowe, wprowadzane są zmiany usług i dostępnych produktów. Brak możliwości dostosowywania się do tych zmian powoduje ryzyko, że pozycja konkurencyjna Spółki może się pogorszyć. W celu minimalizacji powyższego ryzyka Spółka na bieżąco dostosowuje swój model biznesowy do zmieniających się w branży trendów. Spółka na bieżąco monitoruje otaczający ją rynek i dopasowuje swoją strategię i ofertę do bieżących oczekiwań użytkowników.
Ryzyko ograniczenia dostępności danych	Podstawą prawidłowego funkcjonowania narzędzia Brand 24 są dane gromadzone z publicznej sieci Internet, a także dane nabywane od zewnętrznych dostawców. Istnieje ryzyko, że zmieni się dostępność lub cena pozyskania danych, co może mieć wpływ na jakość wyników dostępnych dla użytkownika narzędzia.
Ryzyko związane z koncentracją produktową Grupy	Działalność operacyjna Grupy opiera się na jednej podstawowej aktywności – sprzedaży dostępu do oprogramowania służące do monitoringu Internetu, w tym mediów społecznościowych – Brand 24, w dwóch wersjach, tj. przeznaczonej na rynek polski i na rynek globalny. Grupa praktycznie nie generuje przychodów w obszarach innych niż sprzedaż dostępu do oprogramowania Brand 24. Pod kątem produktowym przychody generowane przez Grupę nie są zdywersyfikowane. W przypadku istotnego spadku popytu rynkowego na oprogramowanie Brand 24 (np. w wyniku utraty przewagi konkurencyjnej technologii Grupy, załamania na rynku lub w konsekwencji innych negatywnych wydarzeń zewnętrznych lub wewnętrznych) Grupa jest narażona na ryzyko spadku przychodów.

Ryzyko operacyjne	Opis ryzyka
<p>Ryzyko zmiany preferencji klientów co do produktu i odbioru sieci Internet</p>	<p>Sieć Internet jest szybko zmieniającym się środowiskiem, na którego rozwój znaczący wpływ miało pojawienie się oraz wzrost popularności mediów społecznościowych. Nie da się przewidzieć przyszłego kształtu sieci Internet oraz przyszłego sposobu komunikacji oraz konsumpcji zawartych w niej treści. Tego typu zmiana wymogłaby, m.in: (i) wprowadzenie znaczących i kosztownych zmian w produkcie oferowanym przez Grupę, które mogą istotnie zmienić rentowność Grupy, (ii) wymusić zmianę modelu biznesowego, (iii) wymagać dużo czasu na dostosowanie, (iv) spowodować utratę pozycji konkurencyjnej.</p>
<p>Ryzyko ograniczeń rozwoju Grupy związanych z prawami własności intelektualnej osób trzecich</p>	<p>Prowadząc działalność gospodarczą polegającą na agregacji treści w Internecie oraz udostępnianiu wyników takiej agregacji Grupa musi liczyć się z możliwością naruszenia praw na dobrach niematerialnych przysługujących osobom trzecim, w szczególności gdyby działania Grupy wykraczały poza wykorzystanie utworów osób trzecich w ramach dozwolonego prawa cytatu. Emitent wskazuje, iż potencjalne negatywne następstwa wykazania przez dany podmiot naruszeń jego praw przez spółki Grupy, wiązałoby się w szczególności z potencjalnymi dotkliwymi konsekwencjami w zakresie roszczeń odszkodowawczych, roszczeń o zaniechanie wykorzystywania treści lub żądań zawarcia stosownej umowy licencyjnej przez Grupę.</p>
<p>Ryzyko wizerunkowe związane z osobami związanymi z Brand 24</p>	<p>Zarówno pracownicy, współpracownicy, jak i założyciele Emitenta są osobami aktywnymi w różnego rodzaju mediach, m.in. społecznościowych, wypowiadając się publicznie, czy biorąc udział w dyskusjach. Emitent nie może zagwarantować, że ich prywatne wypowiedzi czy działania nie zostaną negatywnie odebrane przez opinię publiczną i utożsamione z działalnością Grupy mając negatywny wpływ na jej reputację.</p>
<p>Ryzyko wystąpienia negatywnych zdarzeń u podmiotów zewnętrznych współpracujących ze Spółką</p>	<p>Brand 24 S.A. prowadząc działalność gospodarczą korzysta z usług podmiotów zewnętrznych wspierających system indeksowania wyników, tworzenia aplikacji mobilnych oraz dostarczania infrastruktury serwerów, na których zlokalizowany jest produkt. W przypadku przestoju, strajków, błędów systemowych, awarii, utraty urządzeń bądź oprogramowania, czy też ataku na systemy komputerowe kontrahentów przez osoby trzecie, Grupa może być narażona na ryzyko przestoju w swojej działalności operacyjnej, co w konsekwencji może skutkować naruszeniem umów z partnerami publicznymi i prywatnymi, pogorszeniem reputacji Grupy i utratą klientów.</p>

Ryzyko operacyjne	Opis ryzyka
Ryzyko związane z naruszeniem ochrony danych („wyciek danych”)	Na skutek celowego działania osób trzecich, nieuczciwych pracowników lub współpracowników, jak również błędów lub niefrasobliwości pracowników, współpracowników albo podwykonawców, poufne dane Emitenta, Grupy i użytkowników narzędzia Brand 24 mogą zostać ujawnione nieuprawnionym osobom. Ujawnienie może dotyczyć zarówno danych osobowych, jak również innych informacji, w tym informacji stanowiących tajemnicę przedsiębiorstwa Grupy lub podmiotów trzecich.
Ryzyko związane z przetwarzaniem danych osobowych	W toku swojej działalności Emitent przetwarza dane osobowe swoich klientów, jak również jest podmiotem przetwarzającym dane osobowe w imieniu swoich klientów. Emitent tworzy bazy informacji publicznie udostępnionych w sieci Internet przez użytkowników tej sieci poprzez agregowanie treści po słowach kluczowych. Tworzenie i rozbudowa tych baz następuje w sposób automatyczny poprzez działanie algorytmów oprogramowania. Oprogramowanie Brand 24 korzysta z informacji powszechnie dostępnych, dobrowolnie udostępnionych przez użytkowników Internetu, którzy mają lub powinni mieć świadomość powszechnej dostępności i bardzo ograniczonego wpływu na dalsze rozpowszechnianie informacji wprowadzonych przez nich do sieci Internet. Niemniej jednak na Emitencie spoczywają obowiązki przetwarzania danych osobowych w sposób zgodny z prawem.
Ryzyko związane z awariami technicznymi	Przedmiotem działalności Spółki jest sprzedaż oprogramowania w konwencji SaaS (Software as a Service) w oparciu o autorskie oprogramowanie i połączenia internetowe oraz infrastrukturę należącą do podmiotów trzecich. Bieżące działanie systemu wymaga utrzymania infrastruktury informatycznej zarówno po stronie Spółki oraz zewnętrznych dostawców. W związku z powyższym działalność Spółki narażona jest na ryzyko awarii oprogramowania, urządzeń elektronicznych oraz infrastruktury informatycznej. W celu minimalizacji ryzyka awarii w infrastrukturze, są wprowadzone procedury i działania zapewniające archiwizację danych przetwarzanych przez Spółkę oraz zdywersyfikowana jest współpraca z podmiotami trzecimi.
Ryzyko związane z pandemią wirusa COVID-19	Brand 24 prowadząc działalność gospodarczą korzysta z usług podmiotów zewnętrznych oraz sam oferuje swoje usługi klientom zewnętrznym. Obecna sytuacja na świecie związana z pandemią wirusa COVID-19 może mieć negatywne skutki na działalność operacyjną Grupy jak i jej kontrahentów i klientów, przez co Grupa może być narażona na ryzyko spowolnienia sprzedaży własnych usług jak i przestoju w dostawach usług kontrahentów co może się negatywnie odbić na biznesie operacyjnym Brand 24. Jednocześnie z uwagi na zdecentralizowany model biznesowy umożliwiający prowadzenie przez Pracowników oraz Współpracowników działalności w tzw. trybie zdalnym, Spółka nie identyfikuje zagrożeń w odniesieniu do organizacjach aspektów działalności Brand 24.
Ryzyko związane z umową dofinansowania projektu innowacyjnego	Współfinansowanie projektu "Abstrakcyjna sumaryzacja danych multimodalnych" (Projekt) z środków publicznych zobowiązuje Spółkę do spełniania szeregu rygorystycznych wymogów formalno-prawnych przy jego realizacji. Nie można wykluczyć ryzyka zakwestionowania, przez instytucję finansującą, sposobu realizacji Projektu, co może spowodować zmniejszenie ostatecznej kwoty dofinansowania lub też nawet ewentualność zwrotu przyznanego dofinansowania. Taki scenariusz skutkowałby koniecznością zaangażowania dodatkowych własnych środków finansowych celem dokończenia i rozliczenia Projektu.

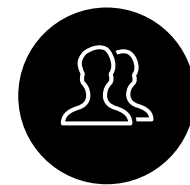
Ryzyko finansowe	Opis ryzyka
Ryzyko związane ze zmianami kursów walut	<p>Grupa narażona jest na ryzyko kursowe w związku z istotnym udziałem sprzedaży realizowanej w walucie obcej. Ryzyko walutowe Brand 24 S.A. wynika bezpośrednio z ponoszenia większości kosztów działalności bieżącej w PLN z uwagi na lokalizację Emitenta w Polsce oraz z generowania istotnej sprzedaży denominowanej w walutach obcych (przez wszystkie w USD). Zmienność kursów walutowych wpływa przede wszystkim na zmiany wartości przychodów oraz należności w przeliczeniu na PLN. Istnieje zatem ryzyko umocnienia polskiej waluty, które będzie powodować szybszy wzrost wolumenu sprzedaży niż przychodów ze sprzedaży zagranicznej wyrażonej w PLN, wpływając tym samym na obniżenie rentowności sprzedaży. Mając na uwadze dalsze plany Spółki związane z rozwojem sprzedaży na rynkach zagranicznych można spodziewać się wzrostu ryzyka walutowego w działalności Spółki. Istotna zmiana kursów walut może mieć niekorzystny wpływ na wysokość przychodów ze sprzedaży wyrażonych w walucie polskiej.</p>
Ryzyko zmian stopy procentowej	<p>Ryzyko stopy procentowej związane jest głównie ze zmianami przepływów pieniężnych związanych z zaciągniętymi kredytami. Kredyty zaciągnięte przez Spółkę oprocentowane są na bazie zmiennych stóp procentowych (WIBOR) powiększonych o marżę kredytową z odsetkami płatnymi w okresach miesięcznych.</p>
Ryzyko zmiany cen	<p>Rozwiązanie Brand 24 jest udostępniane w oparciu o system cyklicznych płatności, przy czym oferowane są zróżnicowane cenniki usług uzależnione od zakresu udostępnionych funkcjonalności. Emitent na bieżąco monitoruje parametry poszczególnych pakietów rozwiązań znajdujących się w ofercie i w przypadku wystąpienia istotnych odchyłeń od założonej efektywności pakietów podejmowane są decyzje odnośnie dokonania ewentualnych korekt w tym obszarze.</p>
Ryzyko związane z płynnością	<p>Zarząd Spółki na bieżąco monitoruje poziom posiadanych środków pieniężnych przez pryzmat oczekiwanych przepływów pieniężnych do oraz poza Grupę. Mając na względzie bieżący poziom kosztów prowadzenia działalności, zakres udostępnionych produktów finansowych oraz przewidywane przepływy pieniężne z podstawowej działalności operacyjnej w perspektywie kolejnych miesięcy, na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania Emitent nie identyfikuje istotnych zakłóceń w zakresie realizacji wymagalnych zobowiązań. Jednocześnie w celu poprawy struktury i poziomu kapitału obrotowego, wymaganego dla finansowania podstawowej działalności operacyjnej, rozważana jest możliwość pozyskania finansowania zewnętrznego, w tym w szczególności o charakterze udziałowym lub/ oraz dłużnym.</p>

INFORMACJE KORPORACYJNE



AKCJE I AKCJONARIAT

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



WŁADZE

- ▶ Zarząd
- ▶ Rada Nadzorcza

Struktura kapitału zakładowego Brand 24 SA

Kapitał podstawowy

Na dzień publikacji niniejszego raportu kapitał zakładowy Spółki składał się z 2.208.453 akcji zwykłych na okaziciela o wartości nominalnej 0,10 PLN każda, w tym:

- ▶ 1.000.000 akcji serii A;
- ▶ 538.400 akcji serii B;
- ▶ 15.384 akcje serii C;
- ▶ 71.769 akcji serii D;
- ▶ 13.267 akcji serii E;
- ▶ 86.000 akcji serii F;
- ▶ 172.482 akcji serii G;
- ▶ 58.936 akcji serii H;
- ▶ 110.000 akcji serii I;
- ▶ 130.000 akcji serii J;
- ▶ 12.215 akcji serii K.

Kapitał warunkowy

Wartość nominalna warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego na dzień publikacji niniejszego raportu wynosi 13.888,40 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.

Kapitał docelowy

Zarząd Spółki upoważniony jest do podwyższenia kapitału zakładowego Spółki w granicach kapitału docelowego, poprzez emisję nowych akcji o łącznej wartości nominalnej nie wyższej niż 13.000 zł w drodze jednego lub kilku podwyższeń kapitału zakładowego w granicach określonych powyżej (kapitał docelowy) pod warunkiem rejestracji Uchwały nr 3/04/2020 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy spółki pod firmą BRAND 24 S.A. z siedzibą we Wrocławiu z dnia 29 kwietnia 2020 r. w przedmiocie podwyższenia kapitału zakładowego Spółki z wyłączeniem prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy Spółki oraz w przedmiocie zmiany statutu Spółki.

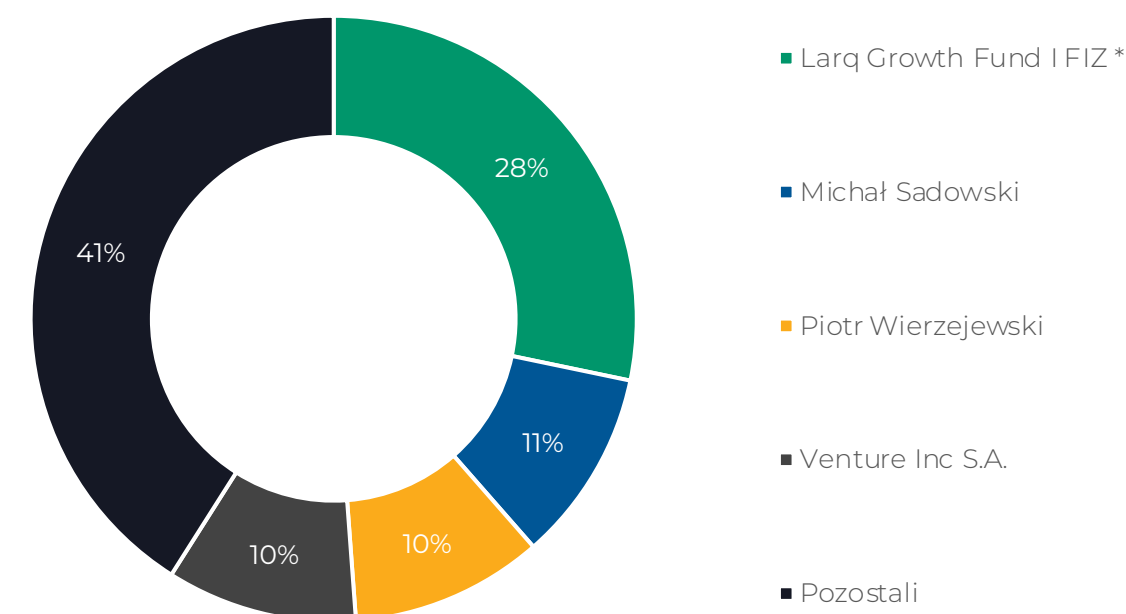
Upoważnienie Zarządu do podwyższenia kapitału zakładowego oraz do emitowania nowych akcji w ramach kapitału docelowego wygaśnie z upływem 3 lat od dnia rejestracji zmiany statutu Spółki, dokonanej niniejszą uchwałą Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy. Zmiana Statutu w powyższym zakresie została zarejestrowana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

Struktura akcjonariatu

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

Akcjonariusz	Liczba akcji/głosów	Udział w kapitale zakładowym/ogólnej liczbie głosów
Larq Growth Fund I FIZ *	624 281	28.27%
Michał Sadowski	227 028	10.28%
Piotr Wierzejewski	227 028	10.28%
Venture Inc S.A.	224 682	10.17%
Pozostali	905 434	41.00%
RAZEM	2 208 453	100.00%

* podmiot pośrednio kontrolowany przez Harbinger Capital Ltd



W dniu 24 maja 2022 r. Spółka otrzymała zawiadomienie o zawarciu porozumienia pomiędzy Harbinger Capital Ltd. z siedzibą na Malcie a Wise Ventures Alternatywna Spółka Inwestycyjna spółka z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Warszawie, które zostało przekazane do publicznej wiadomości raportem bieżącym nr 6/2022, a w dniu 1 czerwca 2022 r. ww. podmioty zawiadomiły o pośrednim nabyciu akcji Emitenta wskazując, że pośrednio (poprzez certyfikaty inwestycyjne Larq Growth Fund I FIZ) przysługuje im 624.281 akcji Emitenta stanowiących 28,42% udziału w kapitale zakładowym i ogólnej liczbie głosów w Spółce. W dniu 4 sierpnia 2022 r. w/w podmioty poinformowały Spółkę o wygaśnięciu ww. porozumienia, o czym Emitent informował raportem bieżącym nr 12/2022.

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

Program motywacyjny

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

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

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

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

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

Kapitał zakładowy Emitenta może ulec podwyższeniu w wyniku realizacji uprawnień przez posiadaczy warrantów subskrypcyjnych serii C o kwotę nie wyższą niż 10 789,20 PLN, o ile sąd dokona rejestracji warunkowego podwyższenia kapitału Spółki oraz związanej z tym zmiany Statutu Spółki, oraz jeśli spełnione zostaną przesłanki określone w Programie Motywacyjnym 2021-2023. Program Motywacyjny 2021-2023 będzie rozliczany co roku, a jego całkowite rozliczenie nastąpi po zatwierdzeniu sprawozdania finansowego Emitenta za 2023 roku, zgodnie ze szczegółowymi warunkami Programu Motywacyjnego.

W dniu 3 sierpnia 2022 r. uchwałą Zarządu BRAND 24 S.A. dokonano nieodpłatnego przyznania 12.215 warrantów subskrypcyjnych imiennych serii C uprawniających do objęcia 12.215 akcji serii K.

W dniu 19 sierpnia 2022 r. Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych S.A. wydał oświadczenie w którym poinformował o zawarciu ze Spółką umowy o rejestrację w depozycie papierów wartościowych 12.215 imiennych warrantów subskrypcyjnych Spółki serii C. Rejestracja warrantów subskrypcyjnych nastąpiła w dniu 23 sierpnia 2022 r., natomiast w dniu 12 września 2022 r. w związku z wyrejestrowaniem ww. warrantów subskrypcyjnych w KDPW zostało zarejestrowanych do 12.215 akcji Emitenta. W dniu 15 września 2022 r. w związku z zapisaniem akcji serii K na rachunkach papierów wartościowych podmiotów, które objęły je w związku z realizacją programu motywacyjnego Spółki, nastąpiło podwyższenie kapitału zakładowego Spółki o kwotę 1.221,50 zł.

W dniu 13 października 2022 r. Zarząd Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. podjął uchwałę, na podstawie której stwierdził dopuszczenie do obrotu giełdowego na rynku podstawowym 12.215 akcji zwykłych na okaziciela serii K oraz postanowił o wprowadzeniu tych akcji do obrotu giełdowego na rynku podstawowym z dniem 20 października 2022 r.

W dniu 16 listopada 2022 r. Krajowy Rejestr Sądowy dokonał rejestracji 12.215 akcji serii K oraz podwyższenia kapitału zakładowego Spółki o kwotę 1.221,50 zł.

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

Program motywacyjny

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

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

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

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

Akcje i uprawnienia do akcji w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących

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

Funkcja	Imię i nazwisko	Liczba akcji	Liczba głosów	Wartość nominalna akcji
Prezes Zarządu	Michał Sadowski	227 028	10.28%	22 702.80 zł
Członek Zarządu	Piotr Wierzejewski	227 028	10.28%	22 702.80 zł
Członek Zarządu	Bartosz Kozłowski	27 754	1.26%	2 775.40 zł

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

W dniu 3 sierpnia 2022 r. Pan Bartosz Kozłowski pełniący funkcję Członka Zarządu Spółki, na podstawie uchwały Zarządu Emitenta z dnia 3 sierpnia 2022 r., nieodpłatnie objął 4100 warrantów subskrypcyjnych serii C uprawniających do objęcia 4100 akcji zwykłych serii K w ramach Programu Motywacyjnego, a następnie w dniu 25 sierpnia 2022 r. Pan Bartosz Kozłowski, wykonując prawa z przyznanych warrantów, na podstawie uchwały Zarządu Emitenta z dnia 25 sierpnia 2022 r. nabył 4100 akcji zwykłych serii K.

Z zastrzeżeniem powyższego osoby zarządzające i nadzorujące nie posiadały na dzień sporządzenia poprzedniego raportu okresowego oraz na dzień sporządzenia niniejszego raportu uprawnień do akcji Spółki.

Zarząd

W 1-3 kwartale 2022 roku oraz do dnia przekazania niniejszego raportu Zarząd Spółki działał w następującym składzie:



Michał Sadowski
Prezes Zarządu / CEO

Założyciel spółki. Startup Founder of the Year w konkursie The Next Web Startup Awards. Dyrektor Marketingu roku wg Mediarun. Zwycięzca rankingu 50 Kreatywnych w Biznesie Magazynu Brief. Autor bestsellerowej książki "Rewolucja Social Media".



Piotr Wierzejewski
Członek Zarządu / CTO

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



Bartosz Kozłowski
Członek zarządu / CFO

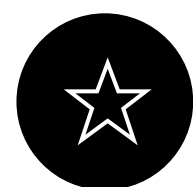
Bartosz Kozłowski jest związany ze Spółką od grudnia 2017 roku, zajmuje stanowisko dyrektora finansowego. Posiada 11 lat doświadczenia w zarządzaniu finansami.

Rada Nadzorcza

W 1-3 kwartale 2022 roku oraz do dnia przekazania niniejszego raportu Rada Nadzorcza Spółki działał w następującym składzie:

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

POZOSTAŁE INFORMACJE



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

Zasady sporządzenia sprawozdań finansowych

Sporządzając sprawozdania finansowe za III kwartał 2022 roku zastosowano regulacje zawarte w MSR 34 „Śródroczna sprawozdawczość finansowa” stosując te same zasady dla okresu bieżącego i porównywalnego.

Rozszerzony skonsolidowany okresowy raport za III kwartał 2022 roku został sporządzony zgodnie z § 69 ust. 1 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 29 marca 2018 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych [...] i obejmuje dane finansowe Spółki oraz Grupy Kapitałowej Emitenta. Jednocześnie Spółka informuje, iż działając na podstawie § 62 ust 3 ww. rozporządzenia Spółka nie przekazuje odrębnego kwartalnego raportu jednostkowego.

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

W okresie 1-3 kwartałów 2022 roku oraz na dzień publikacji niniejszego raportu przeciwko Spółce lub Spółce Zależnej nie toczyły się żadne postępowania przed jakimkolwiek sądem ani też organem administracji publicznej.

Informacja o zatrudnieniu

Przeciętne zatrudnienie w 3 kwartale 2022 roku wynosiło 26,67 etatu.

Jednocześnie z uwagi na specyfikę prowadzonej działalności Emitent współpracuje dodatkowo z szerokim gronem osób w oparciu o umowy cywilnoprawne. Mając powyższe na uwadze w III kwartale 2022 roku Emitent współpracował z ok. 52 osobami świadczącymi na jego rzecz usługi, głównie w zakresie wsparcia informatycznego. Spółka Zależna nie współpracuje z jakimkolwiek osobami.

Osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju (działania innowacyjne)

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

Grupa rozwija jednocześnie komplementarne produkty - Insights24 oraz aplikacje Media Monitoring na platformę Semrush Marketplace.

W III kwartale 2022 roku Grupa kontynuowała prace nad usprawnieniem i rozwojem narzędzia informatycznego będącego podstawą świadczenia przez Grupę usług swoim klientom.

Na dzień 30 września 2022 roku kwota niezakończonych prac rozwojowych wyniosła 3,08 mln PLN. Nakłady na te prace stanowią głównie usługi informatyczne. Koszty trwających prac rozwojowych są prezentowane w pozycji „Wartości niematerialne” w aktywach Spółki.

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

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

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

BRAND24

KONTAKT DLA INWESTORÓW



Sebastian Krawczyk
MakMedia Group



+48 608 590 417



investors@brand24.com



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