

BRAND24

**SKONSOLIDOWANY RAPORT ZA
III KWARTAŁ 2020 ROKU
GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24**

DATA PUBLIKACJI – 16 LISTOPADA 2020 ROKU

WROCŁAW

PODSUMOWANIE

BRAND24

3 210

liczba aktywnych klientów
na koniec Q3 2020

>1.0 mln

miesięcznych powtarzalnych przychodów (MRR)

**Nowy system samouczących
się crawlerów**

System umożliwi podniesienie
jakości i szczelności danych

65%

przychodów od klientów zagranicznych
(wrzesień 2020)

0.6 mln zł

skonsolidowana EBITDA
(Q3 2020)

123

krajów, w których mamy klientów

SPIS TREŚCI

1 WYBRANE DANE FINANSOWE str. 4-6

2 DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24 str. 7-15

Informacja nt. Grupy Kapitałowej Brand 24

Działalność Grupy Kapitałowej Brand 24

Model biznesowy – oferta produktowa

Odbiorcy usług

Najważniejsze wydarzenia w III kwartale 2020 roku oraz do dnia sporządzenia sprawozdania

Obszar finansowy

Umowy finansowe

Emisje papierów wartościowych

Inwestycje

3 SYTUACJA FINANSOWA str. 16-23

Omówienie danych operacyjnych

Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa

4 STRATEGIA str. 24-25

Strategia Grupy Kapitałowej Brand 24

5 INFORMACJE KORPORACYJNE str. 26-31

Akcje i akcjonariat

Struktura kapitału zakładowego

Struktura akcjonariatu

Program motywacyjny

Akcje w obrocie na NewConnect

Władze

Zarząd

Rada Nadzorcza

6 POZOSTAŁE INFORMACJE str. 32-34

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



W Y B R A N E

DANE FINANSOWE

| Pozycja | w tys. PLN | | w tys. EUR | |
|---|------------|------------|------------|------------|
| | Q3 2020 | Q3 2019 | Q3 2020 | Q3 2019 |
| Przychody ze sprzedaży | 3 304 | 4 269 | 744 | 981 |
| Zysk (strata) brutto ze sprzedaży | 1 551 | 2 356 | 349 | 542 |
| EBITDA | 625 | 664 | 141 | 153 |
| Zysk (strata) na działalności operacyjnej | 1 | 31 | 0 | 7 |
| Zysk (strata) netto | (75) | 49 | (17) | 11 |
| | 30.09.2020 | 31.12.2019 | 30.09.2020 | 31.12.2019 |
| Aktywa razem | 10 703 | 11 226 | 2 364 | 2 636 |
| Aktywa obrotowe | 1 878 | 1 726 | 415 | 405 |
| Kapitał własny | 3 706 | 1 699 | 819 | 399 |
| Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania | 6 997 | 9 527 | 1 546 | 2 237 |
| Zobowiązania długoterminowe | 2 524 | 3 557 | 558 | 835 |

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 2020 roku 1 EUR = 4,5268 PLN
- ▶ kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2019 roku 1 EUR = 4,2585 PLN

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

- ▶ w okresie od 1 lipca do 30 września 2020 roku 1 EUR = 4,4436 PLN
- ▶ w okresie od 1 lipca do 30 września 2019 roku 1 EUR = 4,3497 PLN

| Pozycja | w tys. PLN | | w tys. EUR | |
|---|------------|------------|------------|------------|
| | Q3 2020 | Q3 2019 | Q3 2020 | Q3 2019 |
| Przychody ze sprzedaży | 3 230 | 4 171 | 727 | 959 |
| Zysk (strata) brutto ze sprzedaży | 1 626 | 2 259 | 366 | 519 |
| EBITDA | 670 | 688 | 151 | 158 |
| Zysk (strata) na działalności operacyjnej | 45 | 55 | 10 | 13 |
| Zysk (strata) netto | (37) | 43 | (8) | 10 |
| | 30.09.2020 | 31.12.2019 | 30.09.2020 | 31.12.2019 |
| Aktywa razem | 10 806 | 11 289 | 2 387 | 2 651 |
| Aktywa obrotowe | 2 018 | 1 793 | 446 | 421 |
| Kapitał własny | 3 810 | 1 780 | 842 | 418 |
| Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania | 6 996 | 9 509 | 1 546 | 2 233 |
| Zobowiązania długoterminowe | 2 524 | 3 557 | 558 | 835 |

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 2020 roku 1 EUR = 4,5268 PLN
- ▶ kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2019 roku 1 EUR = 4,2585 PLN

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

- ▶ w okresie od 1 lipca do 30 września 2020 roku 1 EUR = 4,4436 PLN
- ▶ w okresie od 1 lipca do 30 września 2019 roku 1 EUR = 4,3497 PLN

DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24



INFORMACJA NT. GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24



OBSZAR OPERACYJNY

- ▶ model biznesowy – oferta produktowa
- ▶ odbiorcy usług
- ▶ najważniejsze wydarzenia w III kwartale 2020 roku oraz do dnia sporządzenia sprawozdania



OBSZAR FINANSOWY

- ▶ umowy finansowe
- ▶ emisje papierów wartościowych
- ▶ inwestycje

2. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

SKŁAD GRUPY / MODEL BIZNESOWY / OFERTA PRODUKTOWA

Skonsolidowany raport za III kwartał 2020 **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 USA, w której Brand 24 S.A. posiada 100% kapitału.

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.

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:

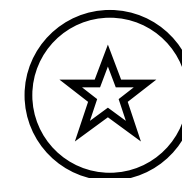
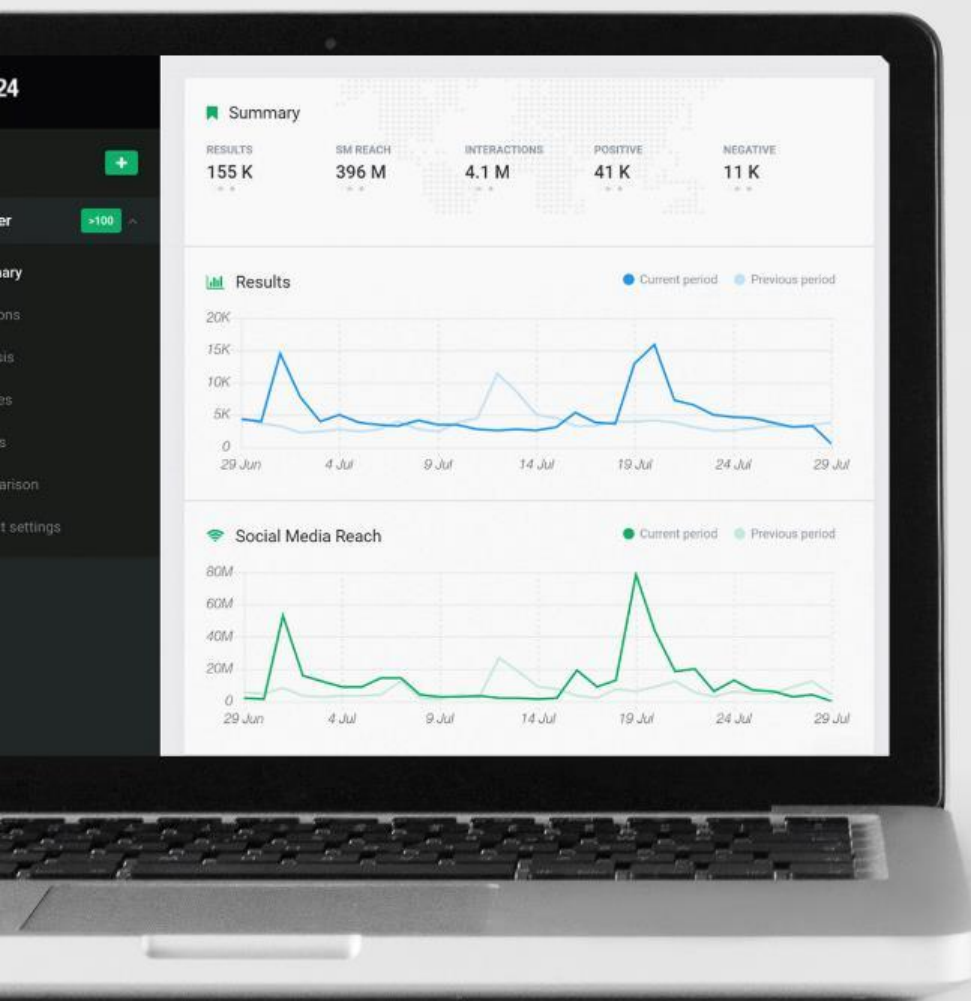
- ▶ ochronę wizerunku, dzięki szybkiemu dostępowi do dyskusji na temat firmy czy produktu o największym zasięgu,
- ▶ analizę efektywności działań marketingowych, pozwalającą na optymalizację jej kosztów,
- ▶ analizę działań konkurencji,
- ▶ identyfikację osób komunikujących wątki związane z marką i nawiązanie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

2. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

SKŁAD GRUPY / MODEL BIZNESOWY / OFERTA PRODUKTOWA

Skonsolidowany raport za III kwartał 2020 **BRAND24**



OCHRONA REPUTACJI

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



OCENA MARKETINGU

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



ZROZUMIENIE KLIENTÓW

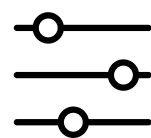
Zbieranie informacji zwrotnej od konsumentów publikujących opinie w Internecie. Zdobywanie wiedzy, którą można wykorzystać w poprawie komunikacji lub produktu.

Technologia

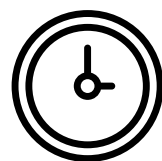
Technologia wykorzystywana przez Grupę została stworzona wewnętrznie przez zespół założycieli i pracowników Spółki. Technologia ta jest cały czas rozwijana a jej cechami charakterystycznymi są:

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

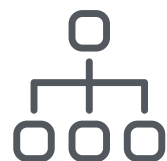
Oprogramowanie dostarczane jest w formacie SaaS (ang. Software as a Service) w chmurze publicznej w kilku wariantach abonamentowych w wersjach dedykowanych rynkowi polskiemu oraz wersji globalnej.



łatwa skalowalność



oszczędność zasobów



korzyści skali wpływające na jakość produktu

Model SaaS

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

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

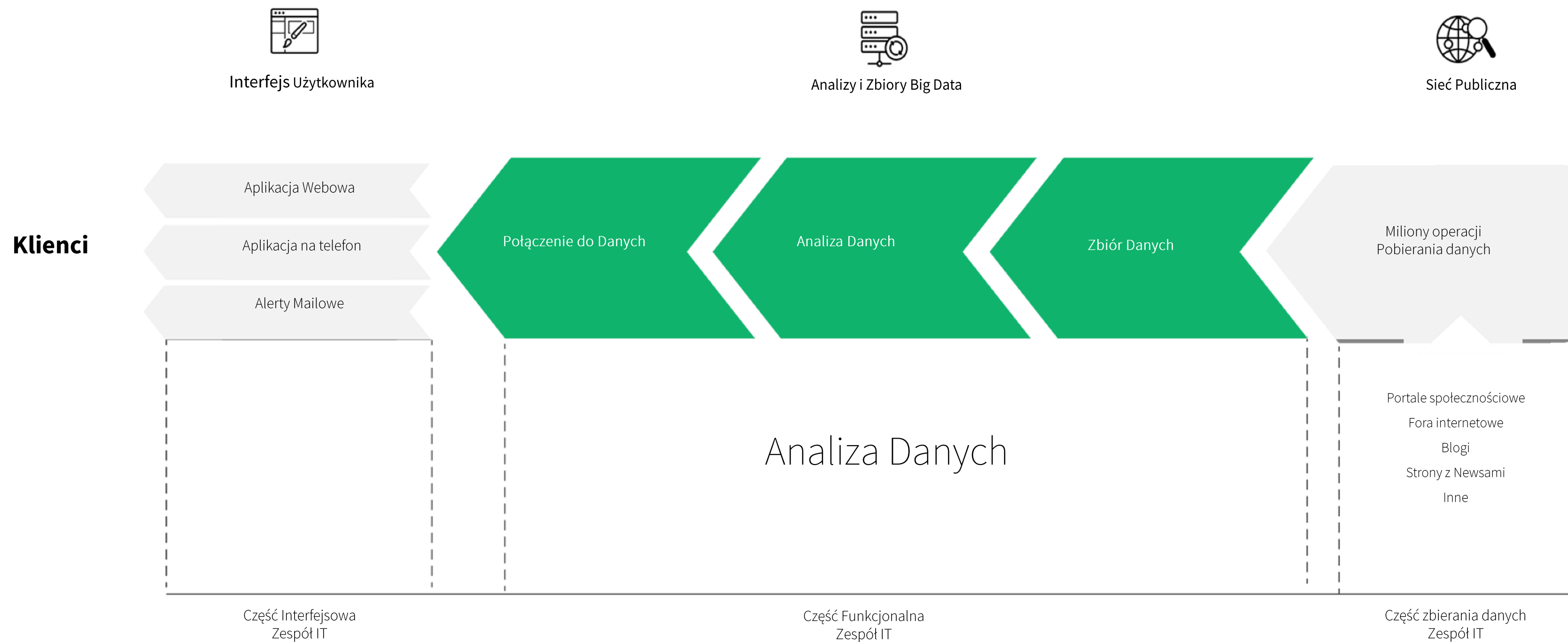
Sprzedaż oprogramowania w formie SaaS niesie za sobą znaczące korzyści zarówno po stronie klienta, jak i dostawcy. Najczęściej wymieniane korzyści dla klienta to:

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

2. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

OBSZAR OPERACYJNY

Skonsolidowany raport za III kwartał 2020 **BRAND24**

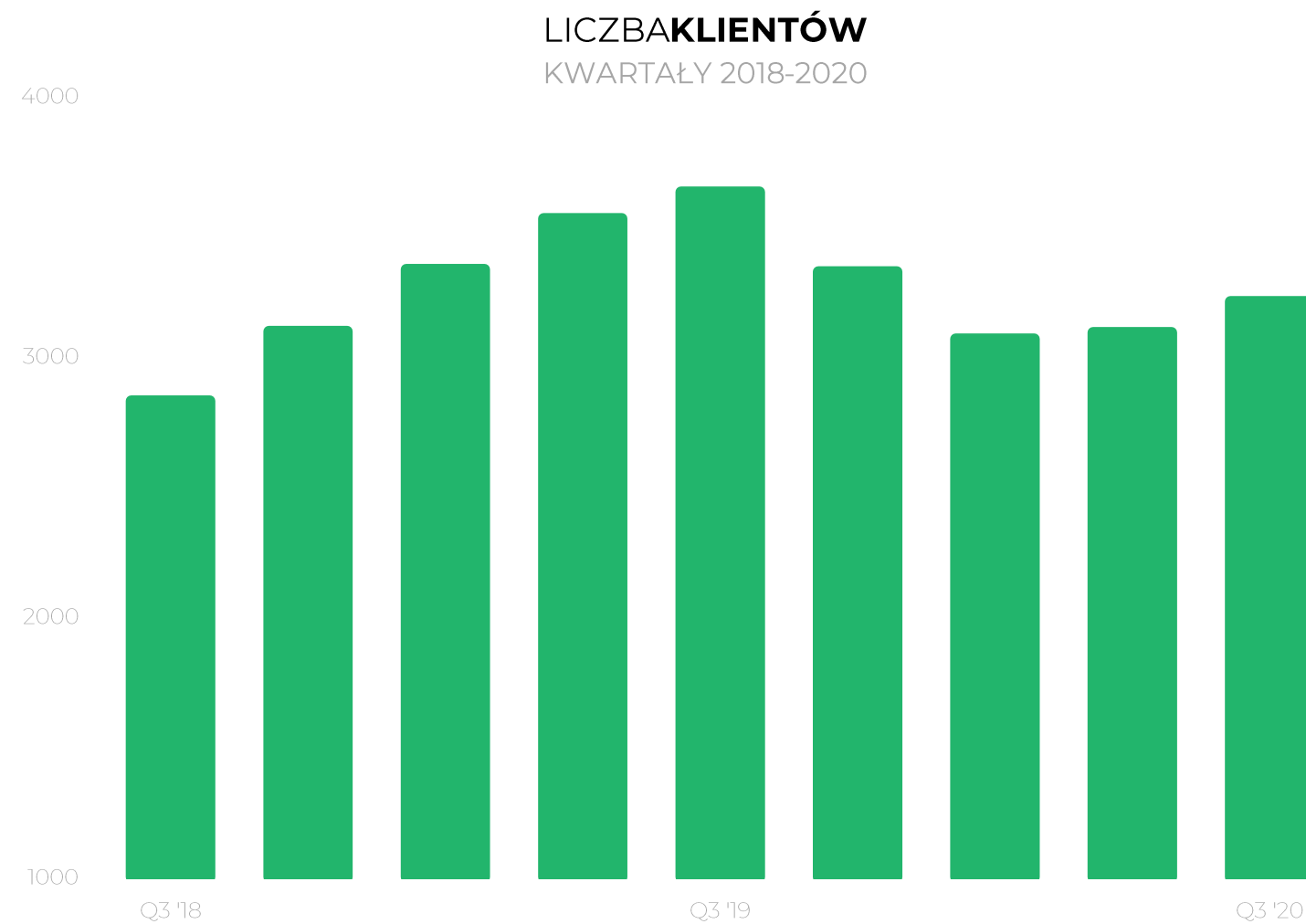


2. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

ODBIORCY USŁUG

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

Poniżej zaprezentowano informację nt. liczby klientów korzystających z rozwiązania Brand24 wyrażonej przez liczbę aktywnych kont na koniec poszczególnych kwartałów w latach 2018 - 2020 roku.

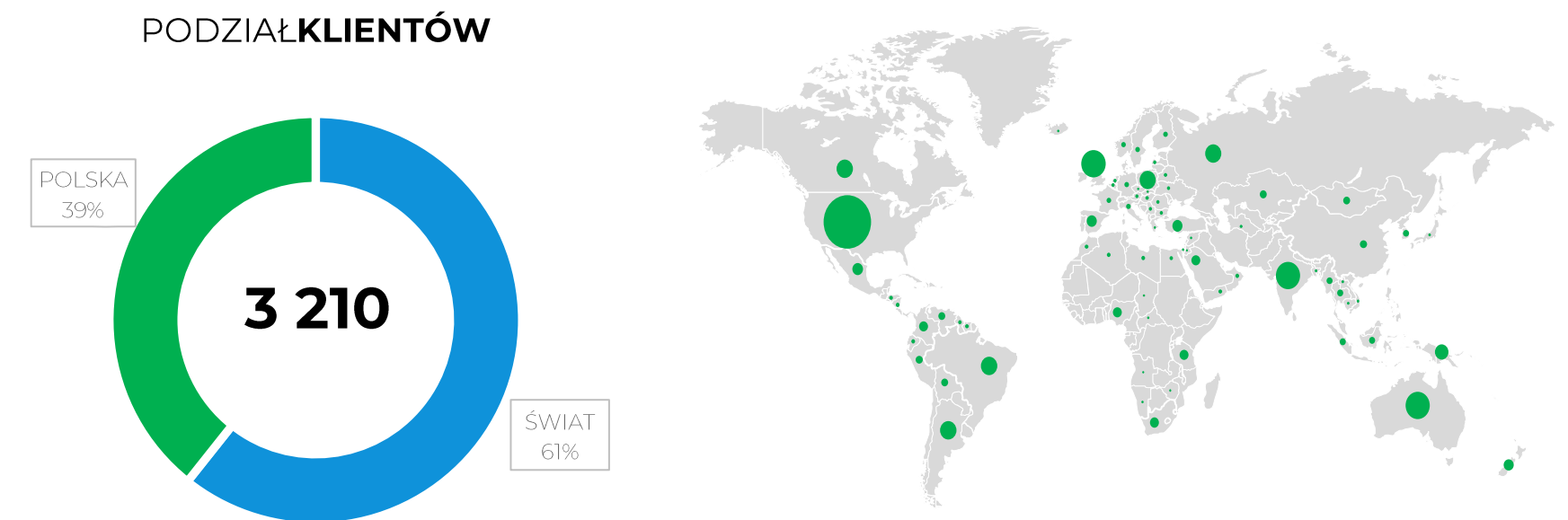


Większość klientów Grupy Brand 24 wykorzystuje oprogramowanie na potrzeby własne. W pozostałym zakresie klienci korzystający z rozwiązania Brand24 to agencje (interaktywne, SEM/SEO, PR, domy mediowe), wykorzystujące oprogramowanie przy projektach wykonywanych na rzecz podmiotów trzecich.

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 2020 roku.



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

2. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

NAJWAŻNIEJSZE WYDARZENIA W Q2 2020 ORAZ DO DNIA SPORZĄDZENIA SPRAWOZDANIA

Skonsolidowany raport za III kwartał 2020 **BRAND24**

Zdarzenia operacyjne

Poniżej przedstawiono najważniejsze wydarzenia o charakterze operacyjnym jakie miały miejsce w III kwartale 2020 roku oraz po zakończeniu okresu sprawozdawczego:

► Start Nowego Systemu Generycznych Crawlerów

Uruchomienie nowego, autorskiego mechanizmu samouczących się crawlerów, które podnoszą jakość oraz szczelność oferowanych przez Brand24 danych, jednocześnie zmniejszając uzależnienie Spółki od dostawców danych

► Start nowego cyklu komunikacji z kontami testowymi

Uruchomienie nowej, ulepszonej komunikacji z kontami testowymi. Wysyłanie automatycznych wiadomości jeszcze lepiej angażujących testujących Brand24 przy użyciu technologii marketing automation.

► Update interfejsu Brand24

Nowe elementy interfejsu Brand24 w postaci odświeżonego paska użytkownika oraz bocznego menu. Nowości te to kolejny, istotny krok przebudowy Brand24 na responsywny interfejs.

► Wersja Beta nowych metryk: Brand Reputation & Awareness oraz AVE

Start testów nowych metryk wśród wybranych kont klientów. Nowe metryki Brand Reputation oraz Brand Awareness będą głównym elementami rewolucji Brand24. Rewolucji, w której Brand24 będzie oferować nie tylko suche liczby, ale również benchmarki w stosunku do rynku, czy konkurencji.

Inne istotne wydarzenia

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

Umowy finansowe

Grupa w trakcie okresu sprawozdawczego dysponowała jednorocznym kredytem w rachunku bieżącym udzielonym Emitentowi przez Alior Bank S.A. Termin zakończenia umowy kredytowej przypada na dzień 4 listopada 2020 roku. Na dzień 30 września 2020 roku wysokość limitu kredytowego wynosiła 400 tys. zł. Limit jest zmniejszany zgodnie z harmonogramem – o 50 tys. zł co miesiąc od lipca do września i co 200 tys. zł od października do listopada. Na dzień publikacji sprawozdania kredyt został spłacony w całości. Grupa dysponowała również kredytem w rachunku bieżącym do kwoty 400 tys. zł udzielonym Brand 24 S.A. przez ING Bank Śląski z terminem zakończenia umowy na dzień 4 września 2021 roku. Dodatkowo Grupa posiada dodatkowe finansowanie w ramach umowy z Uncapped LTD. Spłata jest uzależniona od generowanych przychodów Grupy. Na dzień sporządzenia niniejszego raportu kwota finansowania to 178 tys. EUR.

W III kwartale 2020 roku spółki z Grupy Kapitałowej Brand 24 nie udzielały pożyczek, poręczeń lub gwarancji.

Emisje papierów wartościowych

W III kwartale 2020 roku miała miejsce emisja akcji związana z realizacją programu motywacyjnego. Szczegółowe informacje nt. powyższej emisji zostały zamieszczone w punkcie 5. Akcje i akcjonariat.

Inwestycje

W III kwartale 2020 roku poniesione zostały nakłady inwestycyjne na prace rozwojowe nad produktem w wysokości 444 tys. zł. Grupa stale rozwija swój produkt, tak aby sprostać potrzebom klientów i utrzymać konkurencyjność na rynku.

2. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

ROZWÓJ OFERTY PRODUKTOWEJ

Główne elementy nowej wersji Brand24, której start planowany jest na H1 2021 (niektóre elementy będą dostępne już w tym roku). Nowa wersja B24, to transformacja z produktu dającego suche dane, w produkt który daje gotowe wnioski.



BRAND REPUTATION

Wykorzystująca AI metryka pozwalająca markom ocenić reputację i porównać ją do konkurencji.



CUSTOM DASHBOARD

Wiele widoków panelu Brand24 dostosowanych do różnych typów użytkowników.



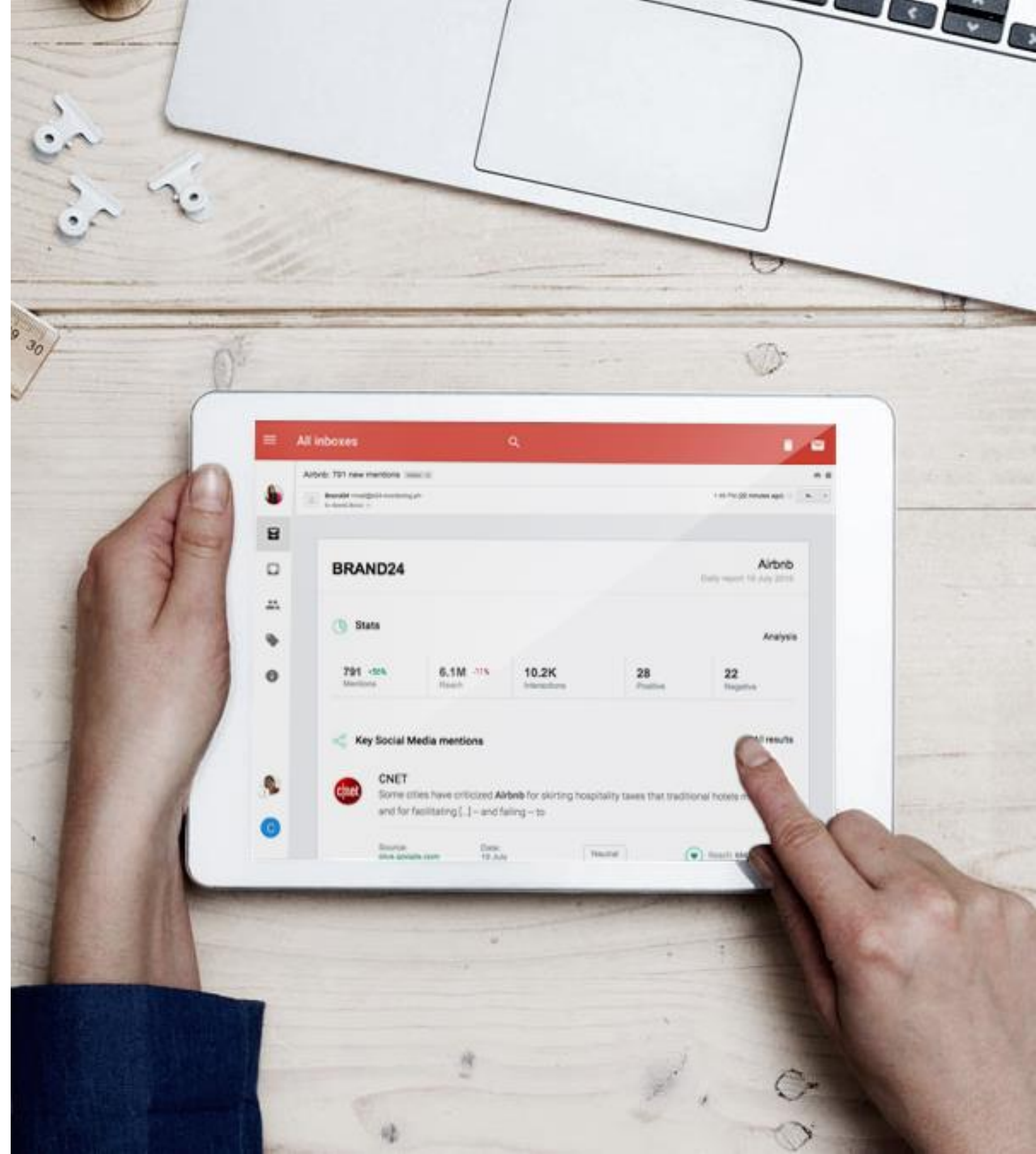
AVE METRIC

Nowa metryka wspierająca proces oceny działań PR. Podpowiadająca ekwiwalent reklamowy.



RESPONSIVE WEBAPP

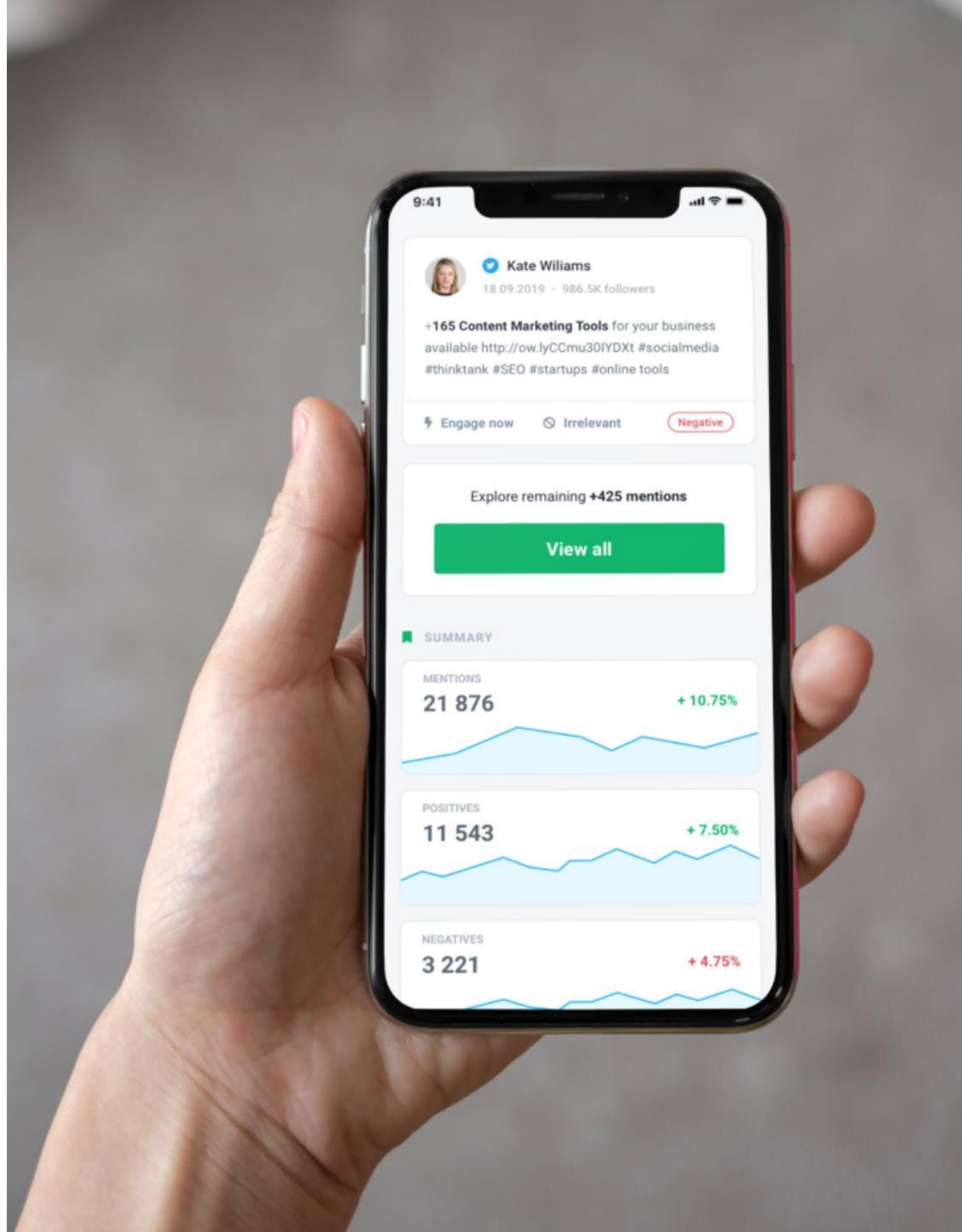
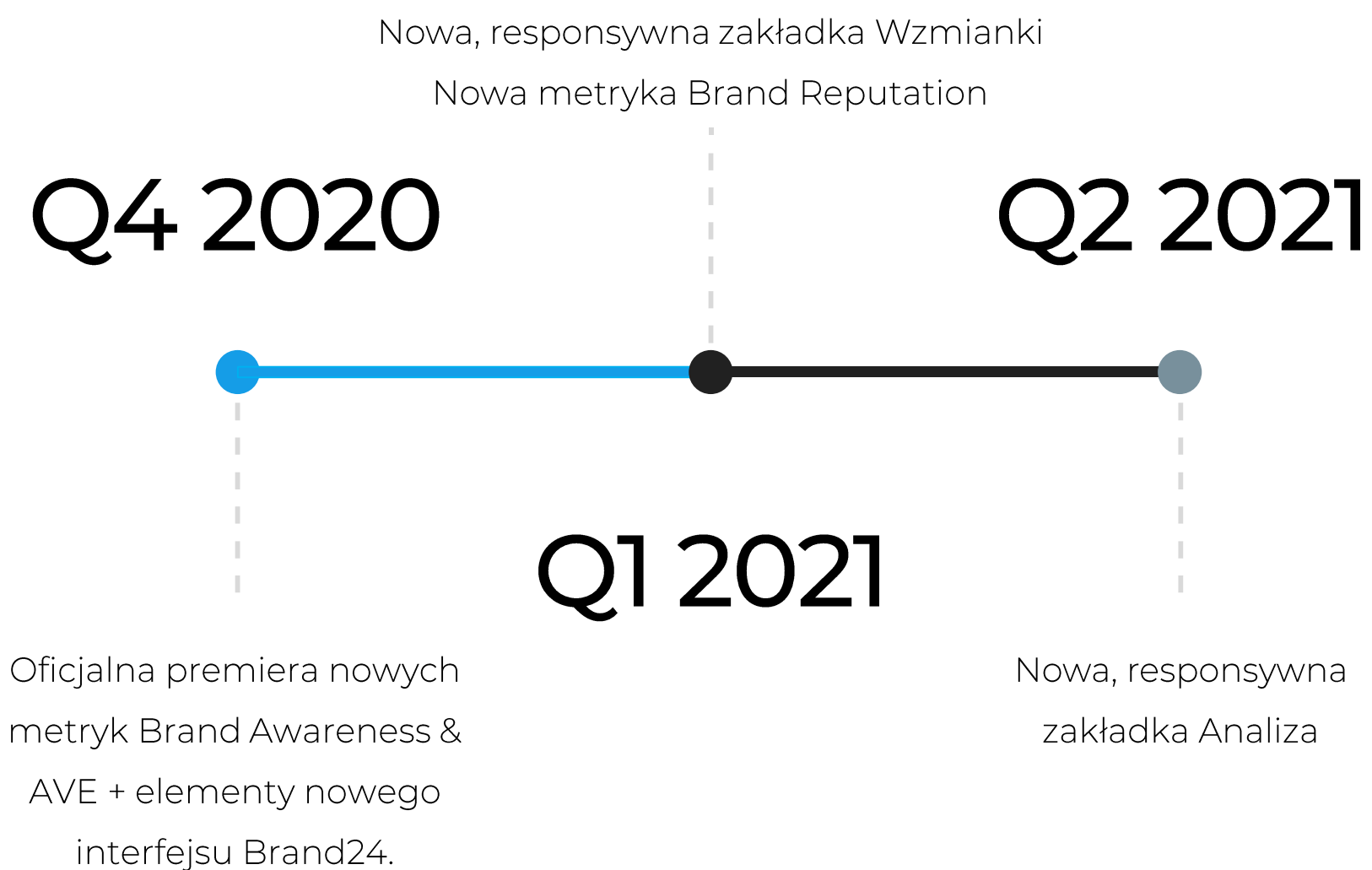
41% naszych użytkowników odwiedza stronę na mobile. Oferując responsywny panel podniesiemy konwersję na sprzedaż.



2. DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24

ROZWÓJ OFERTY PRODUKTOWEJ

Linia czasu najważniejszych wdrożeń, nad którymi pracujemy – a które chcemy wdrożyć w najbliższych miesiącach.



SYTUACJA FINANSOWA



OMÓWIENIE DANYCH OPERACYJNYCH



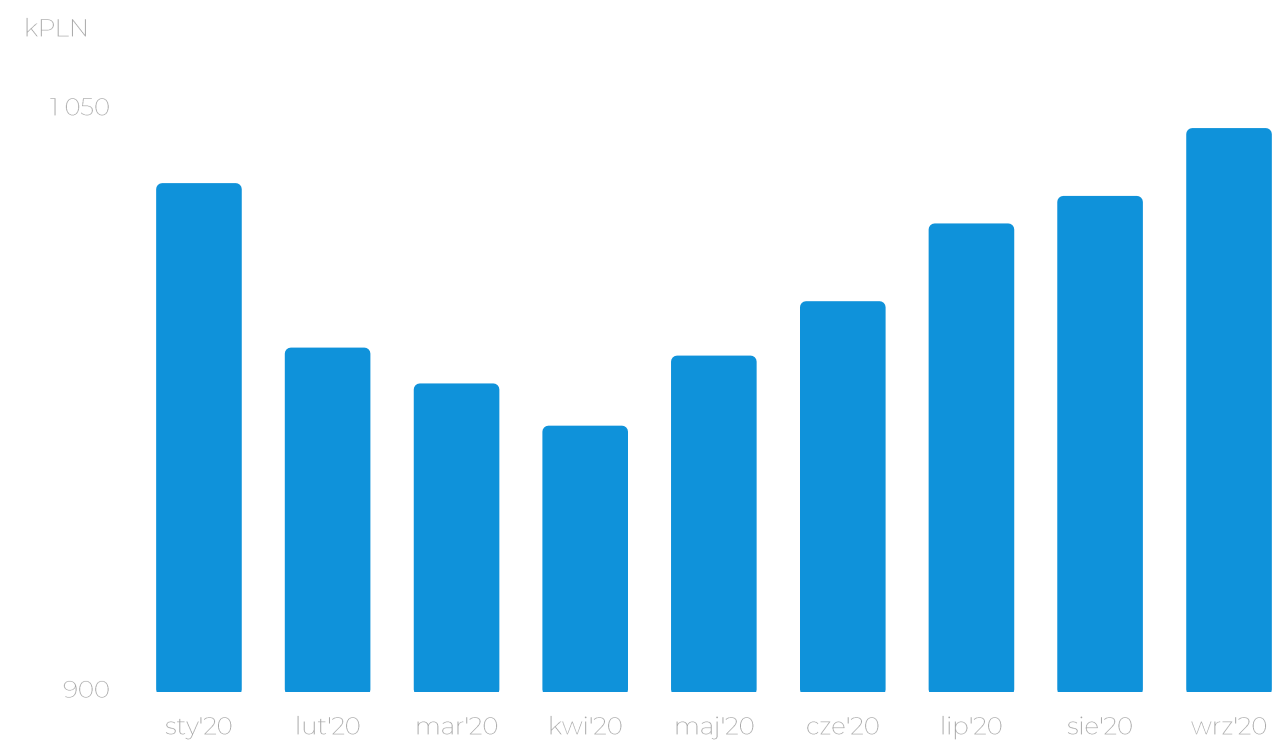
WYNIKI FINANSOWE ORAZ SYTUACJA MAJĄTKOWA



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 2020 roku Grupa zwiększyła MRR o ponad 4% poprawiając wszystkie kluczowe wskaźniki operacyjne wpływające na wzrost MRR – pozyskiwanie przychodów z nowych klientów, utrata przychodów odchodzących klientów i w efekcie średni przychód z klienta.

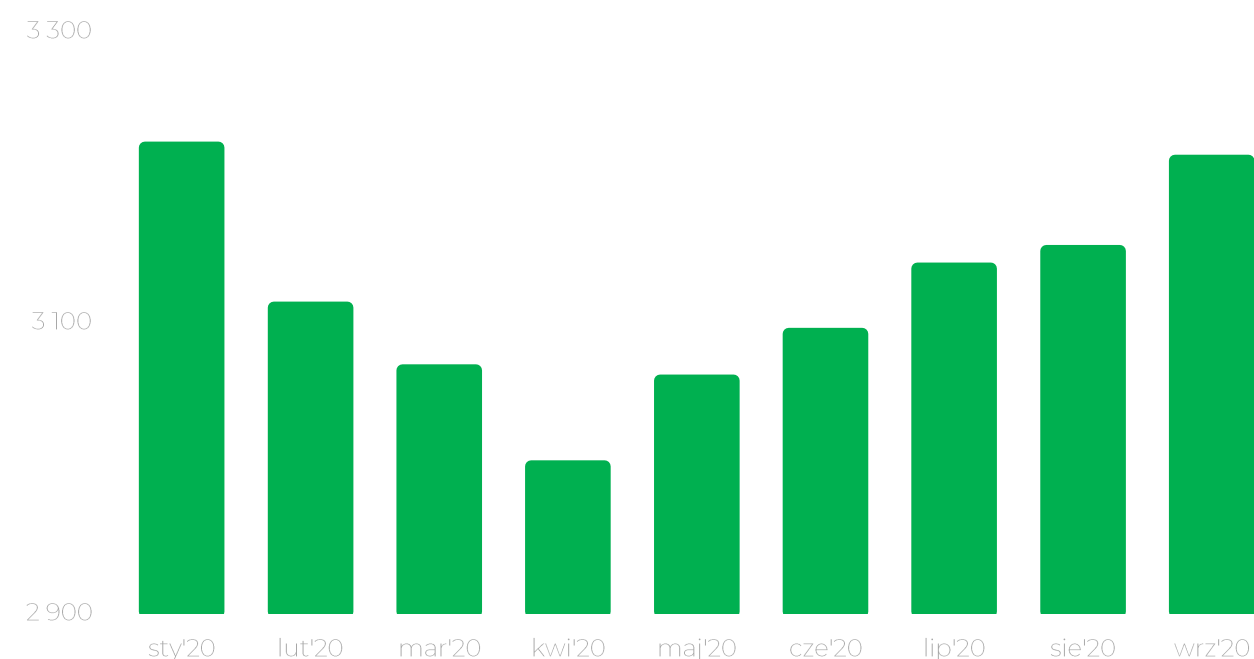
Poza wskaźnikami operacyjnymi, wpływ finansowy na MRR ma również kurs dolara amerykańskiego, który jest ostatecznie raportowany w przychodach spółki. Spółka planuje wdrożenie narzędzi pozwalających na zmniejszenie jego wpływu na wyniki finansowe.

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 trzeciego kwartału 2020 roku operacyjny MRR wynosił 1 052 tys. PLN.

K L U C Z O W E W S K A Ź N I K I

LICZBA KLIENTÓW



Na koniec III kwartału 2020 roku Grupa posiadała 3.210 aktywnych użytkowników swojego autorskiego narzędzia, co oznacza, że liczba klientów netto wzrosła o 119 (4%) w ujęciu kwartał do kwartału.

W okresie III kwartału 2020 roku Grupa poprawiła wszystkie kluczowe wskaźniki operacyjne wpływające na wzrost liczby klientów – pozyskiwanie nowych użytkowników, wskaźnik odejść klientów, konwersje z kont testowych.

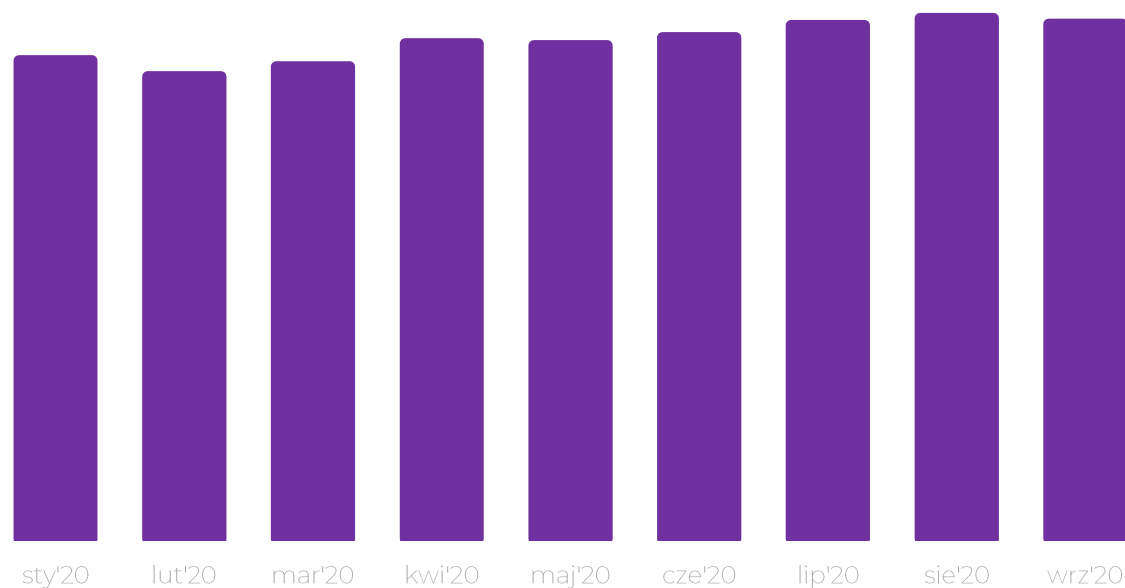
Grupa obecnie skupia się przede wszystkim na sprzedaży globalnej, na rynkach całego świata. Wśród klientów Grupy są firmy z ponad 120 państw.

Jednocześnie Grupa wskazuje, że na liczbę klientów w okresie IV kwartału 2020 roku oczekiwany wpływ będą miały w szczególności następujące czynniki:

- ▶ atrakcyjność wdrażanych nowości produktowych oraz
- ▶ możliwy, aczkolwiek nieznany na moment sporządzenia niniejszego raportu, wpływ epidemii koronawirusa COVID-19 na potencjał popytowy dla narzędzi monitoringu.

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.

Po tymczasowym spadku ARPU w okresie Q4'19-Q1'20, w którym Grupa kompensowała klientom brak danych z serwisów społecznościowych, wskaźnik ten nieznacznie wzrósł w II i III kwartale 2020 roku. ARPU na koniec trzeciego kwartału wynosił 328 PLN.

Wersję globalną narzędzia charakteryzuje wyższy poziom ARPU co jest pochodną cennika oraz większego odsetka klientów wybierających najdroższą wersję planu abonamentowego. Zwiększający się udział klientów zagranicznych (o wyższym ARPU niż w wersji polskiej narzędzia) w portfolio wszystkich klientów Grupy Brand 24 skutkuje stopniowym wzrostem całkowitego ARPU spółki (przy założeniu stabilnego kursu dolara).

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

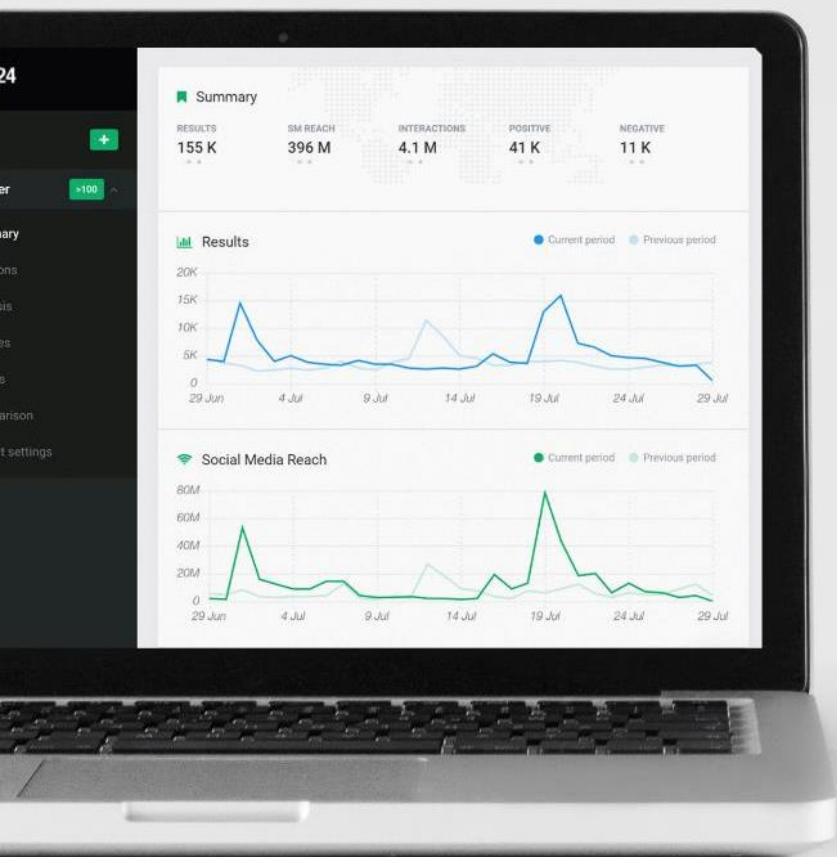
- ▶ geograficzny podział klientów korzystających z narzędzia Brand 24
- ▶ wybierane przez klientów plany abonamentowe
- ▶ kurs dolara, w którym prowadzony jest cennik wersji brand24.com

3. PODSUMOWANIE FINANSOWE

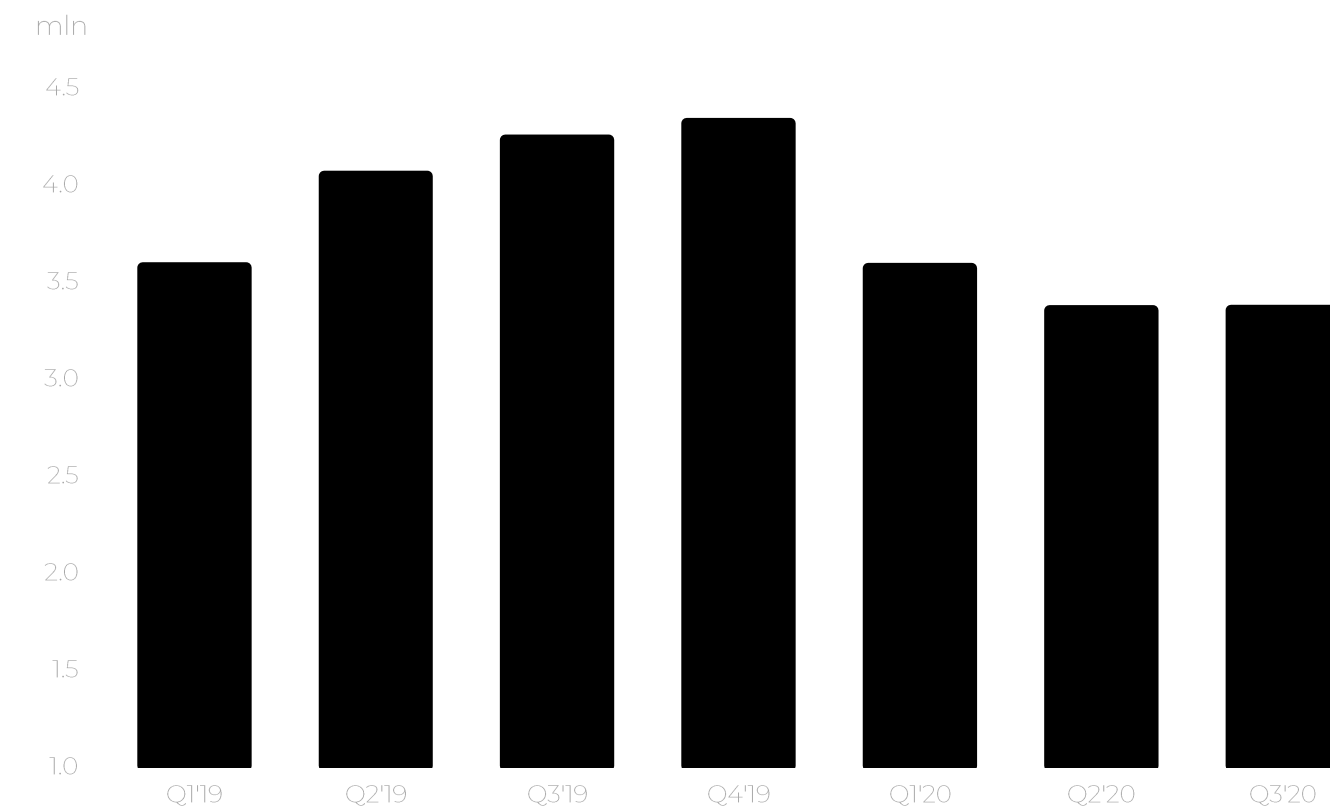
Grupa Brand 24 zakończyła III kwartał 2020 roku ze skonsolidowanymi przychodami na poziomie 3.3 mln PLN. W omawianym okresie liczba użytkowników narzędzia Brand24 oraz MRR (operacyjne przychody z abonamentów) wzrosły o 4%. Zwiększenie liczby klientów oraz MRR w porównaniu do II kwartału 2020 roku było wynikiem wprowadzonych zmian w produkcie opisanych szczegółowo w niniejszym raporcie, które pozwoliły zwiększyć liczbę klientów w opisywanym kwartale. Na ostateczny wynik przychodów Grupy mają wpływ MRR, Pozostałe przychody niesubskrypcyjne oraz kursy walut.

Skonsolidowana EBITDA* (zg. z MSSF 16) Grupy wyniosła w okresie sprawozdawczym 0.6 mln PLN. Baza kosztów operacyjnych nie zmieniła się istotnie w porównaniu do poprzedniego kwartału, mimo zwiększonej liczby klientów korzystających z narzędzia Brand24.

W porównaniu do II kwartału 2020 roku wynik z działalności operacyjnej poprawił się z (-)41 tys. PLN straty do 1 tys. PLN zysku, a wynik netto wyniósł (-)75 tys. PLN w porównaniu do (-)147 tys. PLN z II kwartału 2020 roku.



KOSZTY OPERACYJNE KWARTALNE



*EBITDA – zysk operacyjny przed potrąceniem odsetek, podatków oraz amortyzacji

| Pozycja | w tys. PLN | | |
|--|------------|---------|--------|
| | Q3 2020 | Q3 2019 | Zmiana |
| Przychody netto ze sprzedaży | 3 304 | 4 269 | (964) |
| Koszty sprzedanych produktów | 1 754 | 1 913 | (159) |
| Zysk (strata) brutto ze sprzedaży | 1 551 | 2 356 | (805) |
| Koszty sprzedaży | 955 | 1 283 | (328) |
| Pozostałe koszty ogólnego zarządu | 642 | 1 034 | (392) |
| Pozostałe przychody operacyjne | 60 | 7 | 52 |
| Pozostałe koszty operacyjne | 13 | 15 | (2) |
| Koszty wyceny programu motywacyjnego | - | - | - |
| Zysk (strata) z działalności operacyjnej | 1 | 31 | (30) |
| EBITDA | 625 | 664 | (39) |
| Przychody finansowe | 0 | 0 | 0 |
| Koszty finansowe | 111 | 48 | 63 |
| Zysk (strata) brutto | (110) | (17) | (93) |
| Zysk (strata) netto | (75) | 49 | (124) |

Grupa w III kwartale 2020 roku osiągnęła skonsolidowane przychody na poziomie 3.3 mln PLN. W porównaniu do poprzedniego roku w analogicznym okresie przychody były niższe o 1.0 mln PLN co jest następstwem mniejszej liczby klientów. Jednocześnie Grupa znacząco ograniczyła koszty operacyjne (o 0.9 mln PLN), co pozwoliło na uzyskanie zysku operacyjnego na poziomie okresu porównawczego.

Bieżąca baza kosztowa Grupy, w szczególności zoptymalizowane koszty sprzedaży i nakłady na marketing, skupione na najefektywniejszych kanałach pozyskiwania ruchu, pozwalają na efektywne generowanie nowych przychodów, przy zachowaniu niższego niż w poprzednich kwartałach kosztu pozyskania klienta.

Wyższe koszty finansowe związane są z obsługą kredytową oraz wyceny z tytułu różnic kursowych.



3. WYNIKI FINANSOWE ORAZ SYTUACJA MAJĄTKOWA GK BRAND 24

Skonsolidowany raport za III kwartał 2020 **BRAND24**

| AKTYWA Pozycja | w tys. PLN | | |
|---|------------|------------|---------|
| | 30.09.2020 | 31.12.2019 | Zmiana |
| Aktywa trwałe | 8 825 | 9 500 | (675) |
| Rzeczowe aktywa trwałe | 112 | 193 | (81) |
| Aktywa z tytułu prawa do użytkowania | 3 424 | 4 983 | (1 560) |
| Wartości niematerialne | 4 279 | 3 544 | 734 |
| Należności długoterminowe z tytułu kaucji | 82 | 82 | - |
| Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego | 923 | 690 | 233 |
| Pozostałe aktywa trwałe | 6 | 6 | (1) |
| Aktywa obrotowe | 1 878 | 1 726 | 152 |
| Należności handlowe | 813 | 812 | 1 |
| Należności z tytułu bieżącego podatku dochodowego | - | - | - |
| Pozostałe należności | 362 | 485 | (123) |
| Rozliczenia międzyokresowe | 34 | 71 | (37) |
| Środki pieniężne i ich ekwiwalenty | 669 | 358 | 311 |
| Aktywa razem | 10 703 | 11 226 | (524) |

Najistotniejszą pozycję aktywów trwałych stanowią wartości niematerialne i prawne, które obejmują skapitalizowane nakłady na rozwój produktu Brand24 oraz aktywa z tytułu prawa do użytkowania, gdzie Grupa rozpoznaje wartość aktywów wynikających z umów, które spełniają kryteria umów leasingu, zgodnie z MSSF 16.

| PASywa Pozycja | w tys. PLN | | |
|--|------------|------------|---------|
| | 30.09.2020 | 31.12.2019 | Zmiana |
| Kapitał własny | 3 706 | 1 699 | 2 006 |
| Kapitał podstawowy | 216 | 202 | 14 |
| Kapitał zapasowy | 7 831 | 5 185 | 2 646 |
| Pozostałe kapitały | 3 401 | 3 401 | - |
| Różnice kursowe z przeliczenia | (13) | (9) | (3) |
| Niepodzielony wynik finansowy | (7 080) | (6 083) | (997) |
| Wynik finansowy bieżącego okresu | (650) | (997) | 347 |
| Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania | 6 997 | 9 527 | (2 530) |
| Zobowiązania z tytułu leasingu | 3 535 | 5 055 | (1 520) |
| Zobowiązania handlowe | 983 | 1 462 | (479) |
| Zobowiązania do wykonania świadczenia | 729 | 971 | (242) |
| Kredyty i pożyczki | 941 | 1 397 | (456) |
| Rezerwy i Pozostałe | 808 | 641 | 166 |
| Pasywa razem | 10 703 | 11 226 | (524) |

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.

| PRZEŁYWY PIENIĘŻNE Pozycja | w tys. PLN | | |
|---|------------|------------|--------|
| | Q1-Q3 2020 | Q1-Q3 2019 | Zmiana |
| Przeływy pieniężne z działalności operacyjnej | 1 085 | 1 532 | (448) |
| Przeływy pieniężne z działalności inwestycyjnej | (1 338) | (1 269) | (68) |
| Przeływy pieniężne z działalności finansowej | 564 | (619) | 1 183 |
| Przeływy pieniężne netto | 311 | (356) | 667 |
| Środki pieniężne na początek okresu | 358 | 636 | (278) |
| Środki pieniężne na koniec okresu | 669 | 280 | 389 |

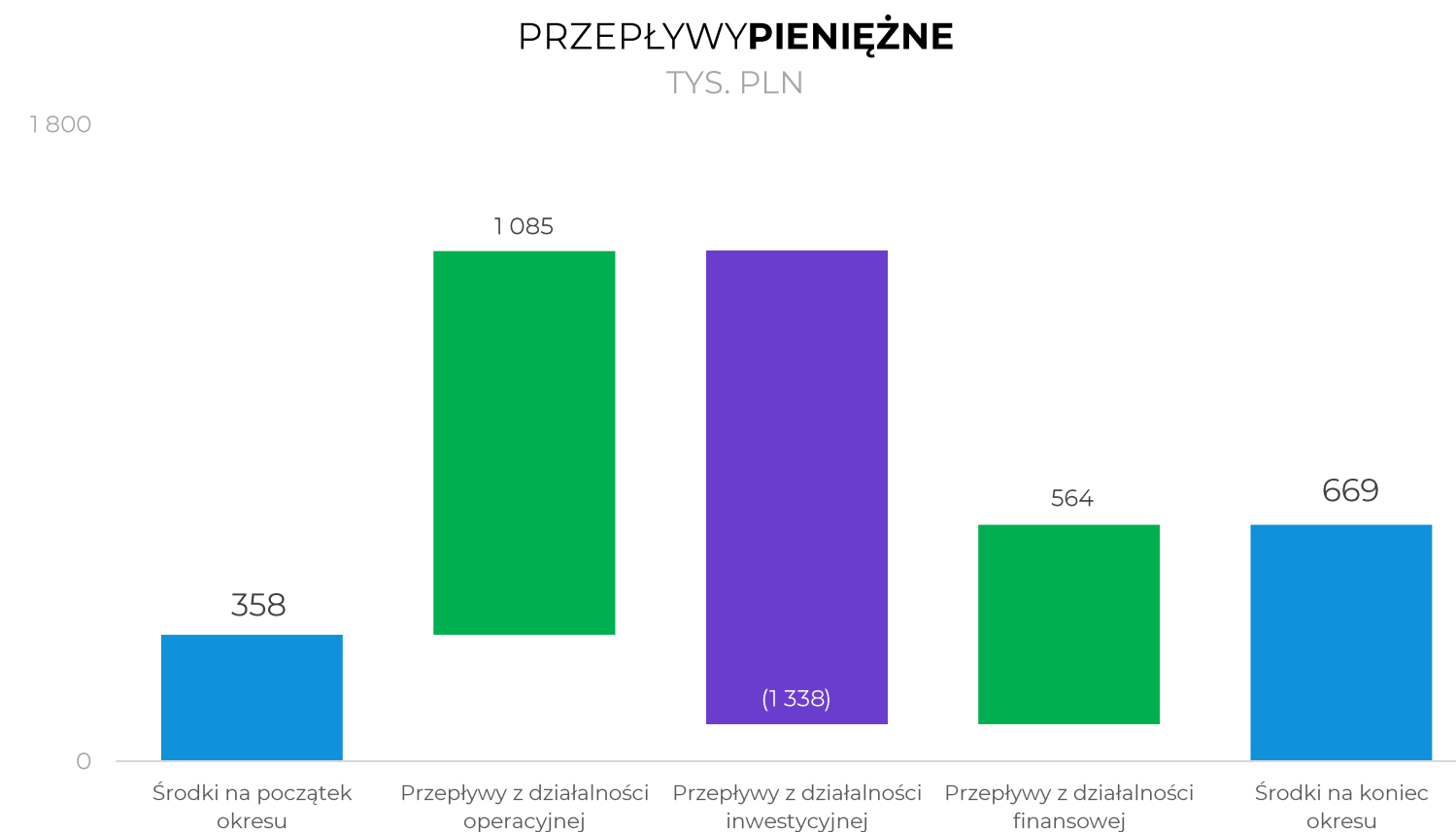
Spółka, tak jak w latach poprzednich, inwestuje środki pieniężne ze sprzedaży produktu w jego rozwój i zasoby dedykowane powiększaniu bazy klientów.

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

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 oraz przepływy wynikające z korzystania z kredytów obrotowych.

Prognozy wyników finansowych

Emitent nie publikował jednostkowych oraz skonsolidowanych prognoz wyników finansowych na rok 2020.



STRATEGIA

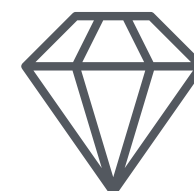


STRATEGIA GRUPY BRAND 24

Celem Grupy Brand 24 jest wzrost wartości, której przejawem będzie istotne zwiększenie wyników finansowych generowanych przez Brand24, a w przyszłości także inne produkty komplementarne do Brand24, tworzone przez Grupę. 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 prawie 10 lat, know-how Spółki do budowy i promocji nowych produktów komplementarnych do Brand24. Produktów, które poszerzą źródła przychodu Grupy i pozwolą zarówno na stabilizację, jak i jeszcze bardziej dynamiczny wzrost wyników finansowych Grupy.

Osiągnięcie powyższych celów będzie możliwe dzięki:



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



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



Poszerzenie działalności Grupy o produkty komplementarne, oferowane dla tej samej grupy docelowej, która korzysta już z Brand24 poprzez wykorzystanie know-how zgromadzonego przez 10 lat budowy i ekspansji zagranicznej Brand24 oraz nabyte doświadczenia marketingowe. Strony 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.

INFORMACJE KORPORACYJNE



AKCJE I AKCJONARIAT

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



WŁADZE

- ▶ Zarząd
- ▶ Rada Nadzorcza

Struktura kapitału zakładowego Brand 24 SA

Kapitał podstawowy

Na dzień publikacji niniejszego raportu kapitał zakładowy Spółki składał się z 2.157.843 akcji zwykłych na okaziciela o wartości nominalnej 0.10 PLN każda, w tym:

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

Kapitał warunkowy

Na podstawie uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 25 października 2016 roku w sprawie warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego w drodze emisji akcji serii G, pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru akcji serii G oraz w sprawie zmian Statutu Spółki, kapitał zakładowy Spółki został warunkowo podwyższony o kwotę nie większą niż 17 248.20 PLN w drodze emisji nie więcej niż 172 482 akcji zwykłych imiennych serii G, o wartości nominalnej 0.10 PLN każda i łącznej wartości nominalnej nie większej niż 171248.20 PLN. Warunkowe podwyższenie kapitału zakładowego Spółki dokonane zostało w celu przyznania praw do objęcia akcji serii G przez posiadaczy warrantów subskrypcyjnych serii A od numeru 000.001 do numeru 172 482, emitowanych na podstawie uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 25 października 2016 roku numer 4/16 w sprawie emisji warrantów subskrypcyjnych serii A z prawem do objęcia akcji serii G oraz pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru warrantów subskrypcyjnych serii A w związku z Programem Motywacyjnym dla Członków Zarządu oraz kluczowych pracowników i współpracowników Spółki.

Ponadto na podstawie Uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 18 października 2017 roku w sprawie warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego w drodze emisji akcji zwykłych na okaziciela serii H, pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru akcji zwykłych na okaziciela serii H oraz w sprawie zmian Statutu Spółki, kapitał zakładowy Spółki został warunkowo podwyższony o kwotę nie większą niż 10 214.30 PLN w drodze emisji nie więcej niż 102 143 akcji zwykłych na okaziciela serii H o wartości nominalnej 0.10 PLN każda i łącznej wartości nominalnej nie większej niż 101 214.30 PLN. Warunkowe podwyższenie kapitału zakładowego Spółki dokonane zostało w celu przyznania praw do objęcia akcji serii H przez posiadaczy warrantów subskrypcyjnych imiennych serii B od numeru 000.001 do numeru 102 143 emitowanych na podstawie uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 18 października 2017 roku, w sprawie emisji warrantów subskrypcyjnych serii B z prawem do objęcia akcji serii H oraz pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru warrantów subskrypcyjnych serii B w związku z Programem Motywacyjnym kluczowych pracowników i współpracowników Spółki.

Stosownie do postanowień wynikających z Programu Motywacyjnego uchwalonego na podstawie uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 18 października 2017 roku zmienionej następnie uchwałą Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 19 grudnia 2019 roku, 16 października 2019 roku zostały wyemitowane i wydane siedemnastu osobom uprawnionym do uczestnictwa w Programie Motywacyjnym odcinki zbiorowe 14 486 akcji na okaziciela serii H o wartości nominalnej 0,10 zł każda, co skutkowało definitywnym podwyższeniem kapitału zakładowego o kwotę 1.448,60 zł. Zgodnie z Programem akcje te uległy dematerializacji w rozumieniu art. 5 ustawy z dnia 29 lipca 2005 roku o obrocie instrumentami finansowymi. Program uprawniał także Spółkę do ich wprowadzenia do obrotu na rynku regulowanym lub wprowadzenie do obrotu w alternatywnym systemie obrotu prowadzonym przez GPW. Zgodnie z Uchwałą Nr 493/2020 Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 8 lipca 2020 r. nastąpiło wprowadzenia do alternatywnego systemu obrotu na rynku NewConnect 7.762 akcji zwykłych na okaziciela serii G i 14.486 akcji zwykłych na okaziciela serii H Spółki. W dniu 21 sierpnia 2020 r. Zarząd Spółki podjął uchwały w sprawie potwierdzenia objęcia akcji na okaziciela serii H o wartości nominalnej 0,10 zł każda i ich emisji zgodnie z Regulaminem Programu. W tym samym dniu siedem osób uprawnionych do uczestnictwa w Programie złożyło oświadczenia o objęciu łącznie 6.055 akcji oraz pokryło wkład gotówkowy na ich objęcie. Jednocześnie w związku z objęciem akcji Zarząd Spółki podjął uchwałę o unieważnieniu odcinków zbiorowych warrantów subskrypcyjnych serii B, które uprawniały do objęcia akcji. W konsekwencji powyższego w dniu 21 sierpnia 2020 roku Zarząd postanowił wyemitować i wydać ww. osobom uprawnionym odcinki zbiorowe akcji, co skutkowało definitywnym podwyższeniem kapitału zakładowego o ww. kwotę. Zgodnie z Programem akcje te ulegną dematerializacji w rozumieniu art. 5 ustawy z dnia 29 lipca 2005 roku o obrocie instrumentami finansowymi, a ponadto Program uprawnia Spółkę do ich wprowadzenia do obrotu na rynku regulowanym lub wprowadzenie do obrotu w alternatywnym systemie obrotu prowadzonym przez GPW.

Kapitał docelowy

Zarząd Spółki upoważniony jest do podwyższenia kapitału zakładowego Spółki w granicach kapitału docelowego, poprzez emisję nowych akcji o łącznej wartości nominalnej nie wyższej niż 13.000 zł w drodze jednego lub kilku podwyższeń kapitału zakładowego w granicach określonych powyżej (kapitał docelowy) pod warunkiem rejestracji Uchwały nr 3/04/2020 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy spółki pod firmą BRAND 24 S.A. z siedzibą we Wrocławiu z dnia 29.04.2020r. w przedmiocie podwyższenia kapitału zakładowego Spółki z wyłączeniem prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy Spółki oraz w przedmiocie zmiany statutu Spółki.

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

Akcje w obrocie na NewConnect

W obrocie notowanych jest 2.021.788 akcji Spółki. Akcje te są notowane pod nazwą skróconą „BRAND24” i z oznaczeniem „B24”. Poza obrotem znajduje się 130.000 akcji serii J oraz 6.055 akcji serii H.

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 | 28.93% |
| Michał Sadowski | 227 028 | 10.52% |
| Piotr Wierzejewski | 227 028 | 10.52% |
| Venture Inc S.A. | 224 682 | 10.41% |
| Pozostali | 848 769 | 39.32% |
| RAZEM | 2 151 788 | 100.00% |

W dniu 21.08.2020 r. nastąpiło podwyższenie kapitału podstawowego o kwotę 605,50 zł. W związku z realizacją Programu Motywacyjnego Spółki, wyemitowanych zostało 6.055 akcji na okaziciela serii H (zgodnie z informacjami zawartymi w pkt 5 Struktura kapitału zakładowego Brand 24 SA).

Wobec powyższego na dzień przekazania niniejszego raportu okresowego struktura akcjonariatu Brand 24 S.A. wygląda następująco:

| Akcjonariusz | Liczba akcji/głosów | Udział w kapitale zakładowym/ogólnej liczbie głosów |
|------------------------|---------------------|---|
| Larq Growth Fund I FIZ | 624 281 | 28.93% |
| Michał Sadowski | 227 028 | 10.52% |
| Piotr Wierzejewski | 227 028 | 10.52% |
| Venture Inc S.A. | 224 682 | 10.41% |
| Pozostali | 854 824 | 39.60% |
| RAZEM | 2 157 843 | 100.00% |

Program motywacyjny

W Spółce realizowany jest obecnie jeden program motywacyjny obejmujący okres 2018-2020.

Program Motywacyjny 2018-2020 jest skierowany do kluczowych pracowników i współpracowników Emitenta. Michał Sadowski oraz Piotr Wierzejewski nie są objęci niniejszym programem. Program stanowi dodatkowy mechanizm motywujący kluczowych pracowników i współpracowników do pracy i działań na rzecz Emitenta, a także zapewniający silniejsze związanie z Emitentem, co ma przyczynić się do stabilnego wzrostu wartości Emitenta, czego beneficjentem będą wszyscy akcjonariusze Brand 24. Liczba uprawnionych nie przekroczy 149 osób.

Program Motywacyjny 2018-2020 realizowany będzie w trzech okresach rozliczeniowych (2018, 2019 oraz 2020).

W ramach Programu Motywacyjnego 2018-2020 uprawnieni mogą objąć nie więcej niż 102 143 akcje zwykłe na okaziciela serii H. Warunkiem uzyskania uprawnienia do objęcia akcji jest pozostawanie w czynnym stosunku służbowym z Emitentem oraz nieprowadzenie działalności konkurencyjnej wobec Emitenta. Ponadto uzyskanie uprawnienia do objęcia akcji uzależnione jest od osiągnięcia przez Grupę określonych wskaźników określonych odmiennie w odniesieniu do każdego z lat 2018-2020 (dane przedstawione według Polskich Standardów Rachunkowych):

| | 2018 | 2019 | 2020 |
|---|---------|--------|--------|
| Liczba klientów Grupy na koniec danego okresu | 2 935 | 4 364 | 6 213 |
| Skonsolidowane przychody Grupy za dany okres (tys. PLN) | 10 765 | 15 970 | 23 737 |
| Skonsolidowany wynik netto Grupy (tys. PLN) | (1 085) | 633 | 4 668 |

Program daje możliwość, aby część akcji (nie więcej niż 50% pakietu przeznaczonego dla danego uczestnika programu) została przyznana za spełnienie wyłączenie warunków lojalnościowych. Taki mechanizm ma umożliwić zainteresowanie pracą w Spółce najbardziej utalentowanych menadżerów.

W ramach Programu Motywacyjnego 2018-2020 Zarząd Emitenta jest uprawniony do przyznawania uprawnień do objęcia 7 666 akcji serii H Emitenta według uznania Zarządu.

Kapitał zakładowy Emitenta może ulec podwyższeniu w wyniku realizacji uprawnień przez posiadaczy warrantów subskrypcyjnych serii B o kwotę nie wyższą niż 10 214.30 PLN, o ile sąd dokona rejestracji warunkowego podwyższenia kapitału Spółki oraz związanej z tym zmiany Statutu Spółki, oraz jeśli spełnione zostaną przesłanki określone w Programie Motywacyjnym 2018-2020. Program Motywacyjny 2018-2020 jest rozliczany co roku, a jego całkowite rozliczenie nastąpi po zatwierdzeniu sprawozdania finansowego Emitenta za 2020 roku, zgodnie ze szczegółowymi warunkami Programu Motywacyjnego.

Na moment publikacji niniejszego raportu, w ramach Programu Motywacyjnego wyemitowanych zostało 20.541 akcji na okaziciela serii H o wartości nominalnej 0,10 zł każda, a warranty subskrypcyjne serii B, uprawniające do objęcia tych akcji, zostały unieważnione.

Zarząd

W III kwartale 2020 roku oraz do dnia przekazania niniejszego raportu Zarząd Spółki działał dwuosobowo w następującym składzie:



Michał Sadowski
Prezes Zarządu

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



Piotr Wierzejewski
Członek Zarządu

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

Rada Nadzorcza

W trakcie III kwartału 2020 roku oraz do dnia publikacji niniejszego raportu Rada Nadzorcza Spółki funkcjonowała w następującym, składzie:

- ▶ Anna Krawczyńska-Nowak - Przewodnicząca Rady Nadzorczej,
- ▶ Mariusz Ciepły - Członek Rady Nadzorczej,
- ▶ Karol Wnukiewicz - Członek Rady Nadzorczej,
- ▶ Adam Michalewicz - Członek Rady Nadzorczej,
- ▶ Jakub Kurzynoga - 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

Zasady sporządzenia sprawozdań finansowych

Sporządzając kwartalne skrócone sprawozdania finansowe za III kwartał 2020 r. zastosowano regulacje zawarte w MSR 34 „Śródroczna sprawozdawczość finansowa” stosując te same zasady dla okresu bieżącego i porównywalnego.

Spółka nie umieszczała w dokumencie informacyjnym informacji, o których mowa w § 10 pkt 13a) Załącznika Nr 1 do Regulaminu Alternatywnego Systemu Obrotu.

Zgodnie z § 5 ust. 2a Załącznika nr 3 do Regulaminu ASO Emitent nie przekazuje odrębnego jednostkowego raportu kwartalnego.

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

W III kwartale 2020 roku oraz na dzień publikacji niniejszego raportu przeciwko Spółce lub Spółce Zależnej nie toczyły się żadne postępowania przed jakimkolwiek sądem ani też organem administracji publicznej.

Informacja o zatrudnieniu

Przeciętne zatrudnienie w III kwartale 2020 roku wynosiło 17,13 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 2020 roku Emitent współpracował z ok. 34 osobami świadczącymi na jego rzecz usługi, głównie w zakresie wsparcia informatycznego. Spółka Zależna nie współpracuje z jakimkolwiek osobami.

Osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju (działania innowacyjne)

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

W III kwartale 2020 roku Grupa kontynuowała prace nad usprawnieniem i rozwojem narzędzia informatycznego będącego podstawą świadczenia przez Grupę usług swoim klientom. Na dzień 30 września 2020 roku kwota niezakończonych prac rozwojowych wyniosła 1381 tys. PLN. Nakłady na te prace stanowią głównie usługi informatyczne. Koszty trwających prac rozwojowych są prezentowane w pozycji „Wartości niematerialne” w aktywach Spółki.

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