



# LiveChat Software

Sprawozdanie Zarządu z działalności  
Spółki i Grupy Kapitałowej w I półroczu  
2021/22 roku finansowego

Wizja

# **Customer communication without barriers**

---

Misja

**Help people and  
business communicate  
better and fully  
express themselves**

# Spis Treści

|   |           |
|---|-----------|
| <b>1. Podsumowanie operacyjne</b>   | <b>4</b>  |
| 1.1. Komentarz Zarządu do wyników   | 4         |
| 1.2. Wybrane skonsolidowane dane finansowe  | 9         |
| 1.3. Wybrane jednostkowe dane finansowe   | 11        |
| 1.4. Najważniejsze wydarzenia   | 13        |
| 1.5. Inne wydarzenia  | 15        |
| 1.6. Opis organizacji Grupy Kapitałowej LiveChat Software                               | 11        |
| <b>2. Opis działalności Grupy Kapitałowej LiveChat Software</b>                         | <b>18</b> |
| 2.1. Strategia rozwoju  | 18        |
| 2.2. Opis działalności prowadzonej przez Grupę  | 19        |
| 2.3. LiveChat   | 23        |
| 2.4. ChatBot  | 26        |
| 2.5. HelpDesk   | 27        |
| 2.6. KnowledgeBase  | 28        |
| 2.7. Dodatkowe działania  | 28        |
| 2.8. Opis sytuacji na rynku usług SaaS oraz w segmencie oprogramowania typu „live chat” | 29        |
| 2.9. Umowy znaczące dla działalności Grupy Kapitałowej                                  | 30        |
| 2.10. Perspektywy rozwoju   | 34        |
| 2.11. Strategia rozwoju Grupy   | 35        |
| <b>3. Sytuacja finansowa Grupy Kapitałowej LiveChat Software</b>                        | <b>41</b> |
| 3.1. Prezentacja wyników skonsolidowanych   | 42        |
| 3.2. Prezentacja wyników jednostkowych  | 47        |
| 3.3. Informacje o akcjach i akcjonariacie   | 51        |
| <b>4. Władze Grupy Kapitałowej</b>  | <b>52</b> |
| 4.1. Skład osobowy Zarządu Spółki   | 52        |
| 4.2. Wysokość wynagrodzeń   | 52        |
| 4.3. Skład osobowy Rady Nadzorczej Spółki   | 53        |
| 4.4. Akcje w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących                             | 54        |
| 4.5. Pozostałe informacje   | 55        |
| <b>5. Oświadczenia</b>  | <b>57</b> |

# 1. Podsumowanie operacyjne

## 1.1. Komentarz Zarządu do wyników

W I połowie 2021/22 roku finansowego nasze skonsolidowane przychody wzrosły o 23,4% do 104,6 mln zł. Nasza Grupa prawie całość przychodów generuje w dolarze amerykańskim (USD), dlatego istotny wpływ na raportowane wyniki ma kurs PLN/USD. Uważamy, że lepszy obraz rozwoju naszego biznesu dają wyniki (zarówno przychody, jak i MRR - miesięczne powtarzalne przychody) wyrażone w dolarach. Z tego powodu bezpośrednio po zakończeniu kwartału publikujemy wstępne dane w takim właśnie ujęciu. Zgodnie z tymi raportami w I i II kwartale roku finansowego zanotowaliśmy łącznie 27,4 mln USD przychodów, czyli o 25,8% więcej niż przed rokiem.

Wskaźnikiem, który najlepiej oddaje rozwój naszego biznesu jest MRR (Monthly Recurring Revenue). Na jego potrzeby, roczne lub inne płatności są równo rozłożone na poszczególne miesiące. Jednak w przypadku raportowanych przychodów cała taka płatność jest rozpoznana w kwartale w którym ją otrzymaliśmy. Istotny wpływ na przychody zanotowane w szczególności w II kwartale miały płatności roczne dokonane przez klientów klasy "enterprise" w miesiącach letnich. Wysoka "dosprzedaż" (upselling) do tej grupy klientów potwierdza naszą strategię, która zakłada m.in. zwiększenie naszej koncentracji na tej części rynku.

W związku z tym wysokie płatności roczne księgowane w drugim kwartale, w którym wpłynęły, mogą przełożyć się na mniej stabilny wzrost w skali kwartałów. Obecnie część nowych klientów klasy "enterprise" preferuje płatności comiesięczne, co jest m.in. związane z obecną w wielu branżach niepewnością co do dalszej koniunktury i rozwoju sytuacji pandemicznej. Nie można więc wykluczyć, że w III kwartale nie wykażemy wzrostu przychodów w stosunku do poprzednich trzech miesięcy.

Równocześnie zakładamy, że w kolejnych kwartałach osiągniemy dalszy, konsekwentny wzrost MRR - zarówno na poziomie Grupy, jak i poszczególnych produktów.

Skonsolidowany zysk netto wyniósł w I połowie roku 59,3 mln zł i był o 27,7% wyższy niż przed rokiem. Na poziomie jednostkowym zysk netto wyniósł 59,1 mln zł.

### Marże, przepływy finansowe i polityka dywidendowa

Nasz model biznesowy umożliwia osiągnięcie bardzo wysokich rentowności operacyjnych. W pierwszej połowie roku finansowego marża brutto na sprzedaży wyniosła 87,5%, marża operacyjna 61,1%, a marża zysku netto 56,7%. Znajdujemy się wciąż na etapie wzrostu, inwestujemy w rozwój produktów, zwiększamy też liczbę osób współpracujących ze Spółką we wszystkich obszarach (deweloperzy, customer support, marketing, dział sprzedaży). Wzrost kosztów z tym związany może wywierać presję na marże w kolejnych okresach. Dodatkowa presja na rentowności wiąże się z szybko rosnącymi wynagrodzeniami w branży technologicznej i zwiększoną konkurencją o talenty. Utrzymanie się na ścieżce wzrostowej i realizacja naszej Misji wymaga dalszego powiększania zespołu i utrzymania w nim kluczowych osób, dlatego jesteśmy zdeterminowani, żeby to osiągnąć. Wprowadzenie w życie przepisów związanych z projektem "Nowy Ład", podobnie jak wysoki poziom inflacji w Polsce, może również przełożyć się na dodatkowe koszty dla naszej Grupy, zwłaszcza że opiera się ona na zatrudnieniu w modelu B2B.

Pomimo wszystkich wyzwań opisanych powyżej zamierzamy utrzymać nasz model biznesowy i wysokie poziomy rentowności z nim związane.

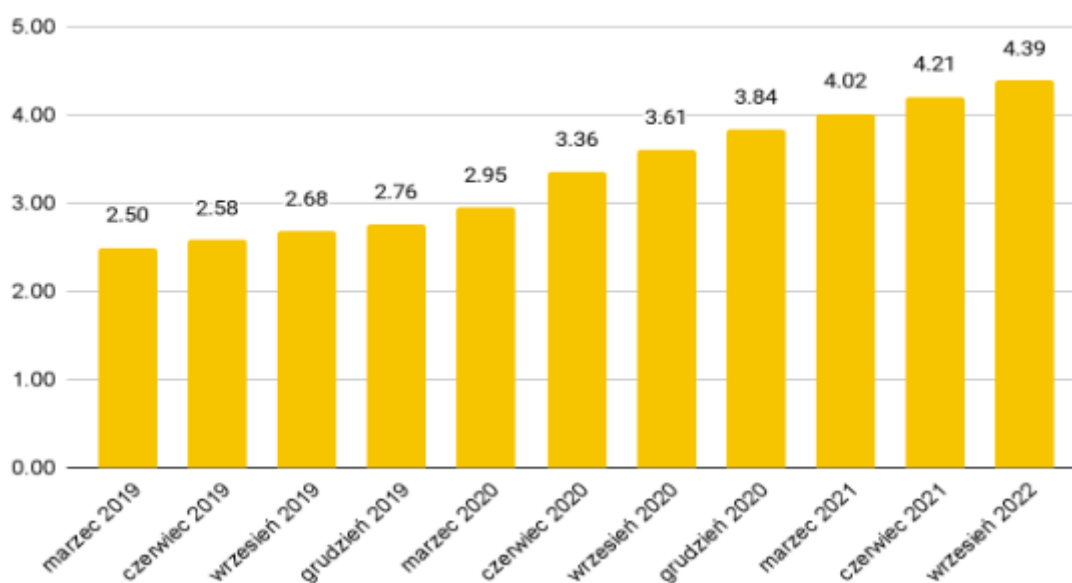
Przedstawione wyżej rentowności sprawiają, że efektywnie generujemy gotówkę. Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej wyniosły w I połowie roku finansowego blisko 76,9 mln zł, a na koniec tego okresu dysponowaliśmy gotówką w wysokości 55,6 mln zł. Kontynuujemy naszą politykę dywidendową, która zakłada przeznaczanie dla akcjonariuszy najwyższej możliwej, z punktu przepisów prawa, części zysku.

## Kluczowe metryki biznesowe Spółki

### MRR

MRR (monthly recurring revenues), czyli miesięczne powtarzalne przychody stanowią zdecydowaną większość naszej sprzedaży i decydują o stabilności naszego biznesu opartego o model abonamentowy. Poza nimi osiągamy dodatkowe przychody ze sprzedaży usług związanych z naszymi produktami, np. szkoleń. Na koniec września 2021 roku MRR dla wszystkich produktów wyniósł 4,39 mln USD, co oznacza wzrost o 4,3% w stosunku do stanu na koniec poprzedniego kwartału i o 21,6% w stosunku do stanu sprzed roku. O stabilności tego wskaźnika może świadczyć fakt, że rośnie on w każdym kolejnym, pojedynczym miesiącu zarówno zeszłego, jak i poprzedniego roku. Na wykresie prezentujemy MRR według stanu na koniec ostatniego miesiąca poszczególnych kwartałów.

### MRR (wszystkie produkty)



### ARPU

ARPU (Average Revenue Per User), średni przychód przypadający na jednego klienta – w naszym przypadku firmy lub instytucji. Podane w raporcie ARPU jest obliczone na podstawie MRR (a nie całości przychodu). Wartość ARPU poszczególnych klientów zależy od wybranego przez nich planu taryfowego i liczby agentów (w przypadku ChatBot od wybranego planu i ewentualnie liczby interakcji wykraczających poza limit dostępny w poszczególnym abonamencie).

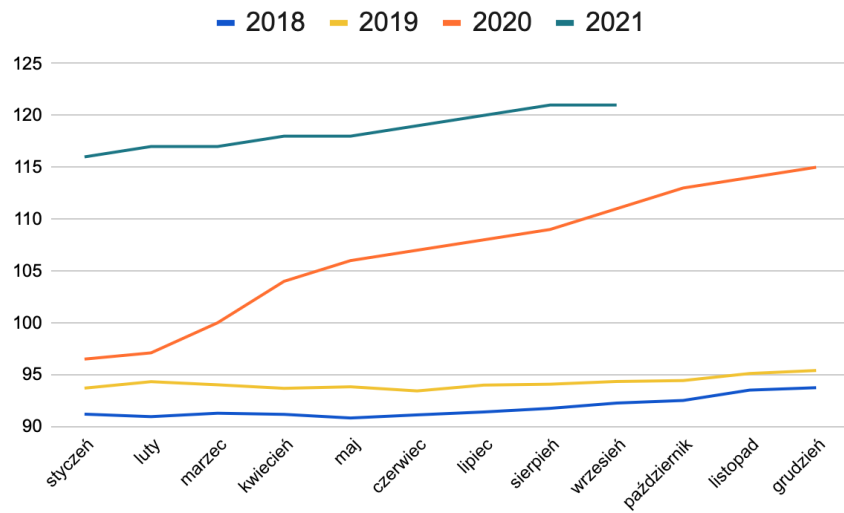
Na koniec I półrocza 2021/22 roku finansowego wyrażone w dolarach ARPU produktu LiveChat wynosiło 121 USD, co oznacza że w trakcie trzech miesięcy wzrosło o 2 dolary i było wyższe o ponad 9% w porównaniu do stanu sprzed roku. ARPU ChatBot wzrosło o ponad 25% w skali roku do poziomu ponad 97 USD. Do głównych powodów znaczącego wzrostu ARPU rok do roku należą: wprowadzenie nowych planów abonamentowych dla ChatBot od października 2019 roku, pozyskiwanie większych klientów oraz zmiana modelu cenowego LiveChat (z "Pay per Seat" na "Pay per Agent") w styczniu 2020 roku.

### Średnia cena sprzedaży

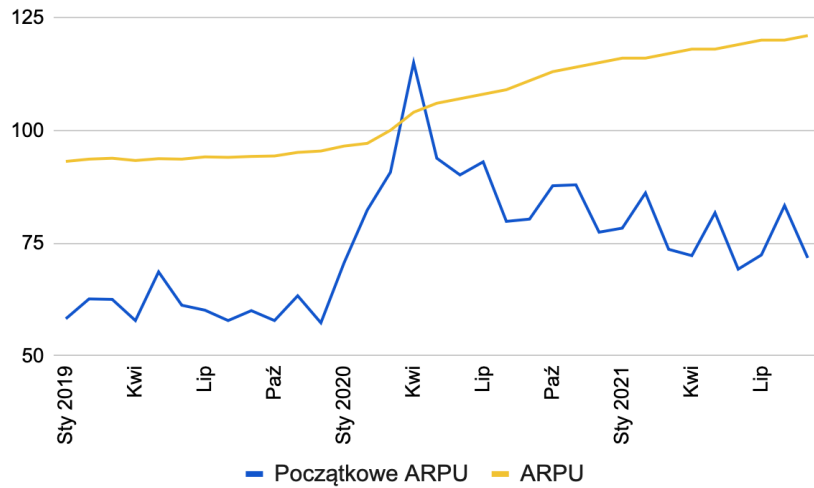
Średnia cena sprzedaży, lub początkowe ARPU (average sale price, initial ARPU) to w praktyce średnia wartość pierwszej płatności od nowych klientów w danym miesiącu. Istotny wzrost tego wskaźnika na początku roku był związany z analogicznymi czynnikami, co wzrost ARPU, dodatkowo niektóre organizacje mogły zostać zmuszone

przez lockdown do szybszego niż standardowe wdrożenia nowych rozwiązań. Jednak, zwłaszcza w przypadku większych klientów, obserwujemy silny trend zgodnie z którym ARPU rośnie z czasem, a wielu klientów istotnie zwiększa wartość kontraktu już w trakcie pierwszego miesiąca współpracy.

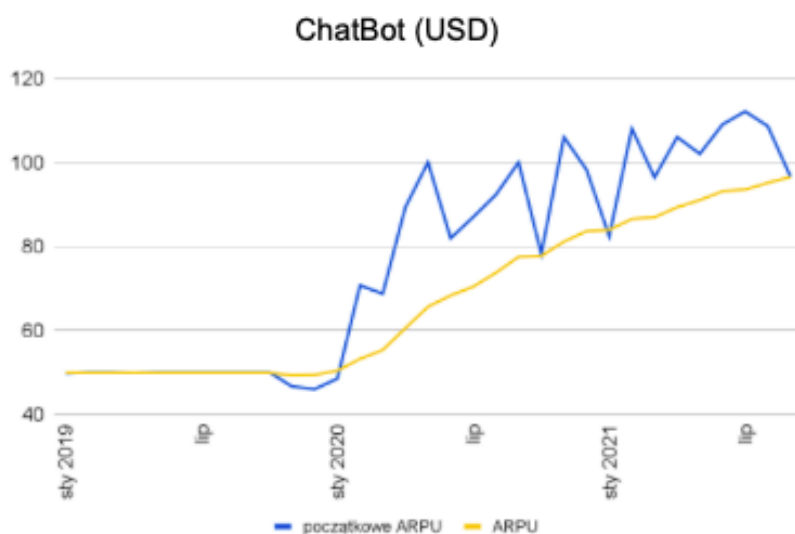
### ARPU produktu LiveChat (w USD)



### ARPU i początkowe ARPU produktu LiveChat (w USD)



## ARPU i początkowe ARPU produktu ChatBot (w USD)



## Liczba klientów i churn

Naszymi klientami są firmy działające w praktycznie wszystkich branżach gospodarki, uczelnie oraz instytucje z około 150 krajów świata. To zróżnicowanie przekłada się na naszą odporność na ewentualne kryzysy koniunktury dotyczące wybrane sektory gospodarki lub państwa. Najważniejsze geograficznie rynki, zarówno pod względem liczby klientów jak i generowanych przychodów to kraje anglojęzyczne: USA, Wielka Brytania, Australia i Kanada.

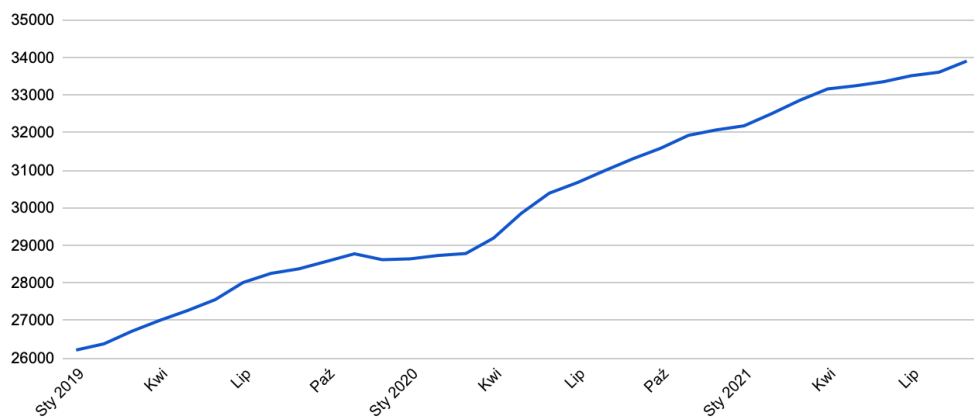
Na koniec września 2021 r. liczba płacących klientów LiveChat wyniosła 33.909 a ChatBot 2.188. W chwili zatwierdzenia tego raportu do publikacji liczba klientów LiveChat znacząco przekroczyła już poziom 34 tysięcy. W czerwcu 2021 roku dezaktywowano 119 licencji LiveChat w planie abonamentowym opartym na modelu "pay per chat", który nie jest dłużej utrzymywany.

"Customer churn", czyli wskaźnik odejść klientów, od początku roku finansowego kształtował się na poziomie ok. 3 proc. (w ujęciu miesięcznym). Wyniki na poziomie 3% lub nawet istotnie wyższym są normalnym zjawiskiem w modelu SaaS i zależą m.in. od branży i bazy klientów (Churn jest zwykle istotnie wyższy w segmencie małych firm). Poziom 3% stanowi też poziom wokół którego historycznie oscylował nasz churn. W II kwartale 2021/22 roku finansowego osiągnęliśmy nawet lepsze wyniki - poniżej tego poziomu.

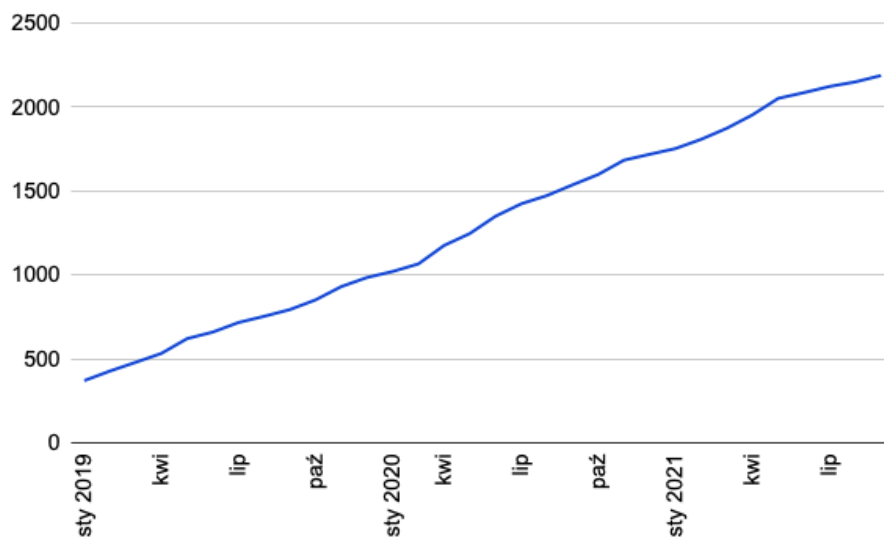
Z biznesowego punktu widzenia bardziej istotny jest "net MRR churn", czyli podobny wskaźnik dla powtarzalnych przychodów uwzględniający również upselling. W naszym przypadku jest znacząco niższy i w ciągu tego roku finansowego oscylował wokół poziomu 1% w ujęciu miesięcznym.



### Liczba klientów LiveChat



### Liczba klientów ChatBot



## 1.2. Wybrane skonsolidowane dane finansowe

| [tys. PLN]   | H1 2021/22 | H1 2020/21 | Zmiana |
|--|------------|------------|--------|
| Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów | 104 568    | 84 738     | +23,4% |
| EBITDA   | 69 530     | 54 304     | +28,0% |
| Zysk (strata) z działalności operacyjnej                     | 63 843     | 49 690     | +28,5% |
| Zysk (strata) brutto   | 63 827     | 49 656     | +28,5% |
| Zysk (strata) netto  | 59 294     | 46 439     | +27,7% |
| Przepływy pieniężne netto                                    | -3 681     | -7 546     | -      |
| z działalności operacyjnej                                   | 76 927     | 48 003     | +60,3% |
| z działalności inwestycyjnej                                 | -8 105     | -6 724     | -      |
| z działalności finansowej                                    | -72 503    | -48 826    | -      |
| Liczba akcji   | 25 750 000 | 25 750 000 | -      |
| Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą                          | 2,30       | 1,80       | +27,8% |

| [ w tys. PLN]                          | 30 września 2021 r. | 31 marca 2021 r. | Zmiana |
|--|---------------------|------------------|--------|
| Aktywa razem                           | 120 443             | 122 318          | -1,5%  |
| Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania | 26 369              | 14 948           | 76,4%  |
| Zobowiązania długoterminowe            | 1 145               | 1 536            | -25,5% |
| Zobowiązania krótkoterminowe           | 25 224              | 13 412           | 88,1%  |
| Kapitał własny                         | 94 075              | 107 370          | -12,4% |
| Kapitał zakładowy                      | 515                 | 515              | -      |
| Liczba akcji (w tys.)                  | 25 750              | 25 750           | -      |
| Wartość księgowa na jedną akcję        | 3,65                | 4,17             | -12,5% |

### 1.3. Wybrane jednostkowe dane finansowe

| [tys. PLN]   | H1 2021/22 | H1 2020/21 | Zmiana |
|--|------------|------------|--------|
| Przychody netto ze sprzedaży produktów, towarów i materiałów | 104 568    | 84 738     | +23,4% |
| EBITDA   | 67 970     | 56 554     | +20,2% |
| Zysk (strata) z działalności operacyjnej                     | 62 687     | 52 357     | +19,7% |
| Zysk (strata) brutto   | 63 606     | 49 472     | +28,6% |
| Zysk (strata) netto  | 59 073     | 46 255     | +27,7% |
| Przepływy pieniężne netto                                    | -6 301     | -9 249     | -      |
| - z działalności operacyjnej                                 | 73 904     | 45 536     | +62,3% |
| - z działalności inwestycyjnej                               | -8 105     | -6 374     | -      |
| - z działalności finansowej                                  | -72 100    | -48 410    | -      |
| Liczba akcji (tys.)  | 25 750     | 25 750     | --     |
| Zysk (strata) na jedną akcję zwykłą (zł)                     | 2,29       | 1,80       | +27,2% |

| [ w tys. PLN]                             | 30 września<br>2021 r. | 31 marca<br>2021 r. | Zmiana  |
|---|------------------------|---------------------|---------|
| Aktywa razem                              | 116 084                | 118 168             | -1,8%   |
| Zobowiązania i rezerwy na<br>zobowiązania | 23 190                 | 12 247              | +89,4%  |
| Zobowiązania długoterminowe               | -                      | -                   |         |
| Zobowiązania krótkoterminowe              | 19 401                 | 9 088               | +113,5% |
| Kapitał własny                            | 92 894                 | 105 921             | -12,3%  |
| Kapitał zakładowy                         | 515                    | 515                 | -       |
| Liczba akcji                              | 25 750 000             | 25 750 000          | -       |
| Wartość księgowa na jedną akcję           | 3,61                   | 4,11                | -12,2%  |

## 1.4. Najważniejsze wydarzenia

Na koniec pierwszego półrocza roku finansowego 2021/22 w przypadku rozwiązania LiveChat liczba płacących klientów wyniosła 33.909 w porównaniu do 31.306 rok wcześniej. Z produktu ChatBot na koniec okresu korzystało 2.188 płacących klientów wobec 1.537 rok wcześniej.

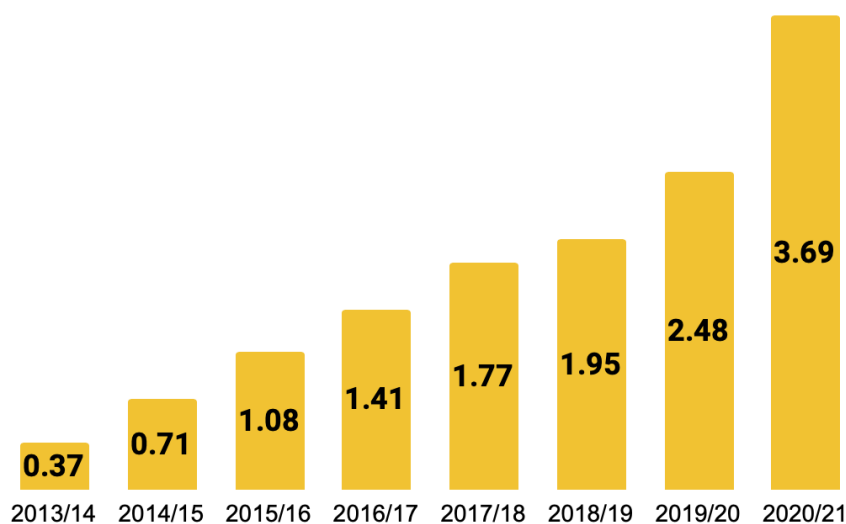
W dniu 25 czerwca 2021 roku Zarząd Spółki podjął uchwałę dotyczącą podziału zysku netto za okres roku obrotowego od 1 kwietnia 2020 r. do 31 marca 2021 r, zgodnie z którą zaproponowano, żeby jednostkowy zysk netto LiveChat Software S.A. w wysokości 99.775.907,86 PLN przeznaczyć na:

- zasilenie kapitału zapasowego Spółki przeznaczyć kwotę 4.758.407,86 PLN
- wypłatę dywidendy dla akcjonariuszy przeznaczyć kwotę 95.017.500 PLN; co oznacza, że wartość dywidendy na jedną akcję wyniesie 3,69 PLN (wliczając w to dwie zaliczki na poczet spodziewanej dywidendy wypłacone w styczniu 2021 r. oraz w lipcu 2021 r. - obie w wysokości 0,89 PLN na jedną akcję).

Propozycja podziału zysku netto Spółki została pozytywnie zarekomendowana przez Radę Nadzorczą Spółki, jak również Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki w dniu 18 sierpnia 2021 roku zatwierdziło powyższy podział jednostkowego zysku Spółki.

Zgodnie z uchwałą Zarządu Spółki w dniu 27 lipca 2021 roku wypłacono akcjonariuszom posiadającym akcje Spółki na dzień dywidendy, tj. 20 lipca 2021 roku, drugą zaliczkę na poczet dywidendy w kwocie 0,89 PLN a pozostałą kwotę dywidendy do wypłaty w wysokości 1,91 PLN na jedną akcję wypłacono 1 września 2021 roku.

Dywidenda (na akcję, PLN)



## POZYSKIWANIE KLIENTÓW



W procesie akwizycji klientów Spółka wykorzystuje wiele kanałów, w tym kanały partnerskie (afiliacyjny i resellerski), content marketing który przekłada się m.in. na wysoką pozycję w rankingach wyszukiwarek internetowych, obecność w serwisach takich jak Shopify czy BigCommerce oraz integracje z innymi rozwiązaniami. W 2019 roku utworzono dział sprzedaży, który ma wesprzeć realizację strategii zakładającej m.in. pozyskiwanie większej liczby klientów klasy „enterprise”. Obok LiveChat, również inne produkty, są coraz częściej przedmiotem umów klasy enterprise. Wśród najważniejszych umów pozyskanych przez Spółkę w ciągu drugiego roku finansowego są m.in.:

- europejska firma oferująca usługi informatyczne i konsultingowe,
- podwojenie wartości współpracy z renomowanym Uniwersytetem z USA,
- zmiana typu umowy na związaną z rocznym zobowiązaniem (w miejsce płatności miesięcznych) z jednym z liderów globalnego rynku Forex.

W trakcie drugiego kwartału roku finansowego m.in.:

- rozpoczęto współpracę z jedną z wiodących marek branży technologicznej (na rynku australijskim),
- zawarto umowę z jednym z największych na świecie sklepów internetowych z branży motoryzacyjnej,
- Przedłużono roczną umowę z jednym z liderów branży gier online,
- Znacząco zwiększono skalę współpracy z globalną firmą z branży logistycznej,
- Reaktywowano współpracę z amerykańską firmą z branży handlu detalicznego online specjalizującą się w personalizowanej odzieży.

## WYBRANE ZMIANY W PRODUKTACH SPÓŁKI

Model SaaS umożliwia Spółce płynne wprowadzanie zmian i nowych funkcji do jej produktów. Część z nich to efekt pracy zewnętrznych deweloperów, monetyzowanych poprzez „marketplace”. Jednak większość jest tworzona przez wewnętrzne zespoły deweloperskie. Wśród dodanych w ostatnich miesiącach integracji zrobionych przez zewnętrznych deweloperów znalazła integracja z WhatsApp Business oparta o oficjalne API tego rozwiązania.

W trakcie I kwartału umożliwiono partnerom Spółki, działającym w ramach programu partnerskiego, udostępnianie również produktu ChatBot. W przyszłości Spółka planuje podobne działanie również w przypadku kolejnych produktów. Program Partnerski jest jednym z najważniejszych kanałów akwizycji klientów dla produktu LiveChat.

W lipcu 2021 r. ostatecznie zakończono migrację klientów Spółki na nowoczesny „back-end” LiveChat 3. Wprowadzenie nowej wersji LiveChat umożliwiło m.in. utworzenie „marketplace” Spółki i programu deweloperskiego. Bardzo elastyczna, umożliwiająca łatwe tworzenie integracji i nowych funkcji, wersja LiveChat jest istotną przewagą konkurencyjną Spółki.

We wrześniu wprowadzono rozbudowaną integrację między LiveChat a MailChimp, bardzo popularną platformą, która pozwala tworzyć, wysyłać i analizować kampanie marketingowe w internecie. Integracja jest promowana przez obu partnerów. Nowa integracja umożliwia użytkownikom MailChimp wykorzystanie kolejnego kanału komunikacji w procesie akwizycji klientów. Dzięki niej można m.in. łatwo subskrybować różne newslettery

bezpośrednio w czacie. Integracja zbudowana przez zespół LiveChat pozwala połączyć dane subskrybenta z obu źródeł, co znacząco ułatwia pracę zarówno marketerów, jak i agentów obsługujących czat. Dzięki temu firmy mogą zaoferować swoim klientom lepiej spersonalizowaną obsługę.

## WPŁYW PANDEMII NA SYTUACJĘ SPÓŁKI

Sytuacja związana z pandemią wirusa COVID-19 ma wpływ na działalność Spółki dominującej od połowy marca 2020 r. W I połowie 2021 roku finansowego wpływała ona przede wszystkim na organizację pracy. W związku ze zmianą modelu operacyjnego na oparty na pracy zdalnej, współpracuje ze Spółką dominującą coraz więcej osób spoza Wrocławia – zarówno z innych miast Polski, jak i z zagranicy (np. Boston, Londyn). Jednak wrocławskie biuro przy ul. Zwycięskiej 47 pozostawało otwarte, przy zachowaniu ograniczeń i zastosowaniu odpowiednich środków ostrożności. Spółka ocenia, że zmiana modelu organizacji pracy nie wpływa negatywnie na realizowane projekty. Jednocześnie jednak prowadzi szereg działań, które mają wspierać współpracowników w tej sytuacji, a także pomagać budować relacje i więzi w poszczególnych zespołach.

We wrześniu 2021 r., przy zachowaniu środków ostrożności, Spółka zorganizowana “Company’s Week” - szereg spotkań we Wrocławiu w ramach których osoby pracujące na co dzień w różnych miejscach i zespołach miały okazję do spotkań bezpośrednich.

Na wskaźniki biznesowe Spółki dominującej ma równoczesny wpływ wiele czynników, w tym sytuacja ekonomiczna na kluczowych rynkach (np. USA, Wielka Brytania, Kanada, Australia), zmiany wprowadzane w produktach, działania marketingowe, działania konkurencji i wiele innych, co utrudnia dokładne obliczenie efektu wpływu pandemii na biznes. Niemniej w I połowie roku obrotowego wskaźniki operacyjne, takie jak np. churn (wskaźnik odejść klientów) nie odbiegały znacząco od obserwowanych w poprzednich miesiącach, lub okresie sprzed pandemii. Niepewność związana z pandemią może wpływać na decyzje biznesowe i zakupowe wielu klientów lub potencjalnych klientów Spółki. Niemniej fakt, że jej rozwiązania są wykorzystywane w bardzo wielu branżach znacząco zmniejsza ryzyko związane z wpływem pandemii na poszczególne sektory gospodarki.

Zarząd Spółki nie stwierdza istotnej niepewności związanej z kontynuacją działalności przez Spółkę, która wynikałaby z pandemii COVID-19.

## 1.5. Inne wydarzenia

LiveChat Software zachęca do samodoskonalenia i prowadzi działania, które mają wzmocnić poczucie wspólnoty wśród zespołów. Epidemia koronawirusa nie przerwała tych działań, które były prowadzone w przestrzeni wirtualnej. Przykładami takich działań były w tym roku:

### Akademia LiveChat

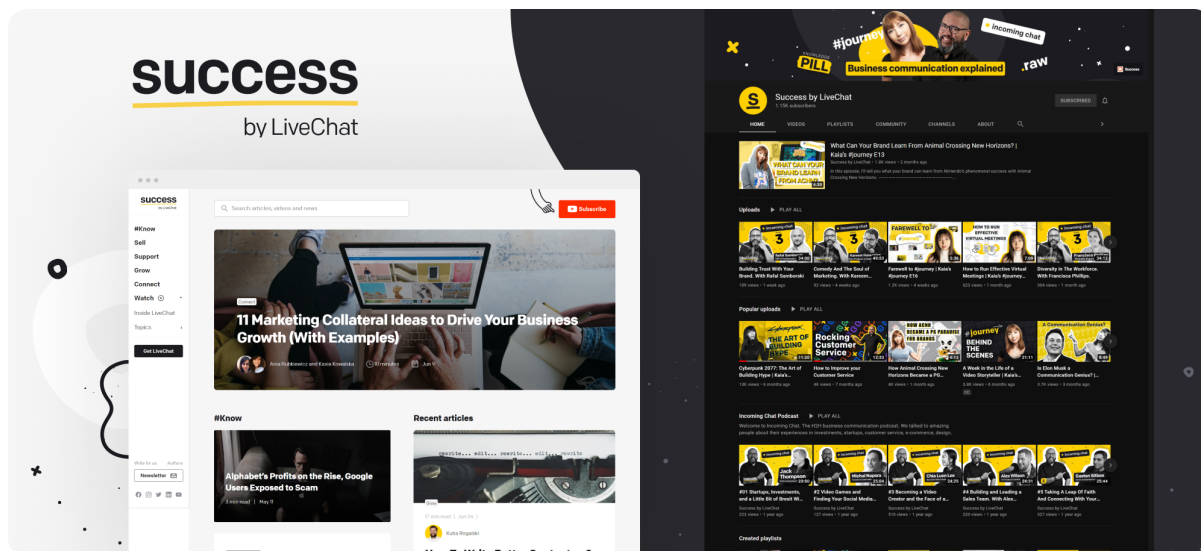
Cykl wykładów, w trakcie których kolejne osoby związane ze Spółką dzielą się swoimi doświadczeniami i uczą innych członków zespołu pozytywnych umiejętności.

### Success by LiveChat

W ramach realizacji strategii marketingowej, która zakłada produkcję własnych wartościowych merytorycznie treści, od kwietnia 2020 Spółka prowadzi multimedialną platformę blogową “Success By LiveChat”.

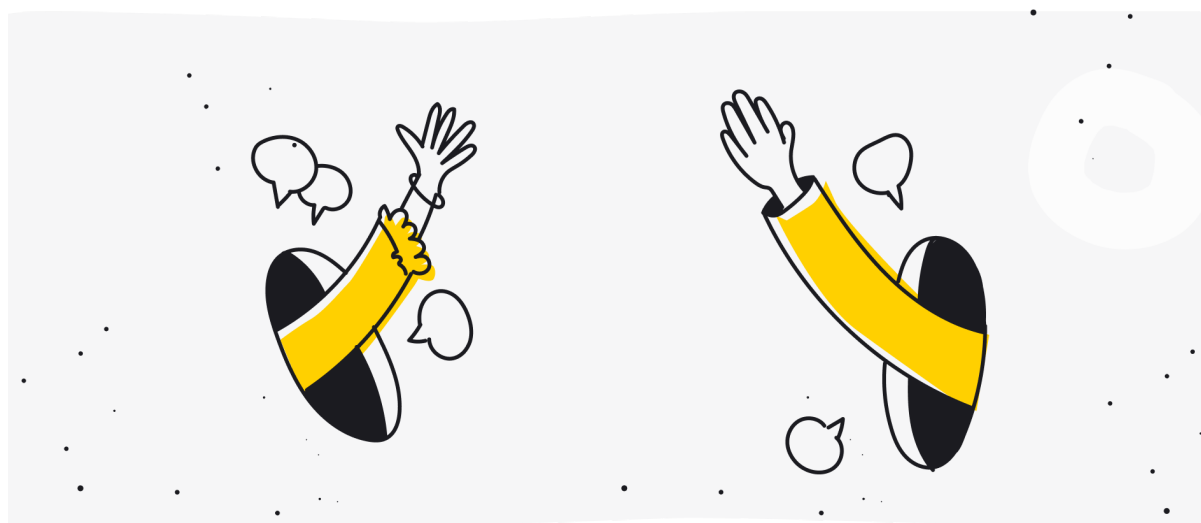
Cechą charakterystyczną tego projektu jest jego oparcie o produkcje wideo wyprodukowane we własnym studiu nagraniowym. Na platformie znajdują się m.in. treści poradnikowe, analizy, zasoby wiedzy, ale też wywiady z gośćmi które prowadzi ambasador marki LiveChat - Marcos Bravo.





## Assistance Program

W czerwcu 2021 roku uruchomiono w Spółce program wsparcia psychologicznego (EAP24). W jego ramach współpracownicy Spółki oraz ich najbliżsi otrzymali możliwość anonimowego i bezpłatnego wsparcia ze strony psychologów i terapeutów. Uruchomienie programu to część działań Spółki, które mają wspierać psychiczne zdrowie jej współpracowników w sytuacji w której bazuje ona na pracy zdalnej.



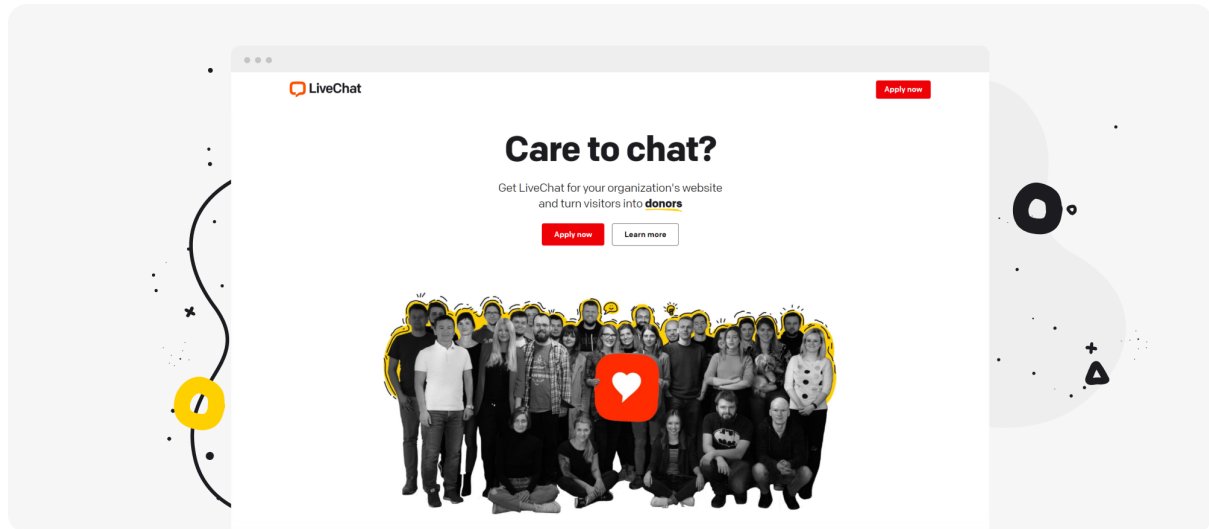
## WHOA Company's Week

We wrześniu 2021 roku nasz zespół miał możliwość spotkania się w naszym wrocławskim biurze na WHOA Company's Week. Przez pięć dni mieliśmy możliwość uczestniczenia w dyskusjach, wydarzeniach integracyjnych czy warsztatach. Stanowiło to doskonałą okazję do poznania się zespołów pracujących na co dzień w różnych lokalizacjach i w różnych zespołach. Częścią wydarzeń w biurze była aukcja zużytego sprzętu komputerowego, z której dochód wsparł Fundację Cancer Fighters.

## "LiveChat for Nonprofits"

W ramach programu "LiveChat for Nonprofits" wspieramy organizacje pożytku publicznego z całego świata udostępniając im nieodpłatnie swoje produkty. Na dzień publikacji raportu w programie "Care to Chat"

zarejestrowanych było 263 organizacje z całego świata. Korzystały one z 2333 agentów, którzy (od początku istnienia programu) przeprowadzili łącznie 1.008.629 czatów. W ostatnim kwartale do organizacji wspieranych w ten sposób przez LiveChat dołączyli m.in.: Girl Scouts, W.O.M.A.N, Inc., LifeServe Blood Centre.



## Tech to the Rescue

LiveChat Software jest także jednym z członków - założycieli inicjatywy "Tech to the Rescue", która ma łączyć firmy technologiczne z instytucjami non-profit. W ramach tej współpracy członkowie zespołu LiveChat byli zaangażowani wraz z fundacją Touche nad wersją pilotażową chatbota pozwalającego na zapanowanie nad złością, której premiera miała miejsce na Festiwalu Filmowym w Ghent, w Belgii.

## 1.6. Opis organizacji Grupy Kapitałowej LiveChat Software

### 1.6.1. Struktura Grupy LiveChat Software

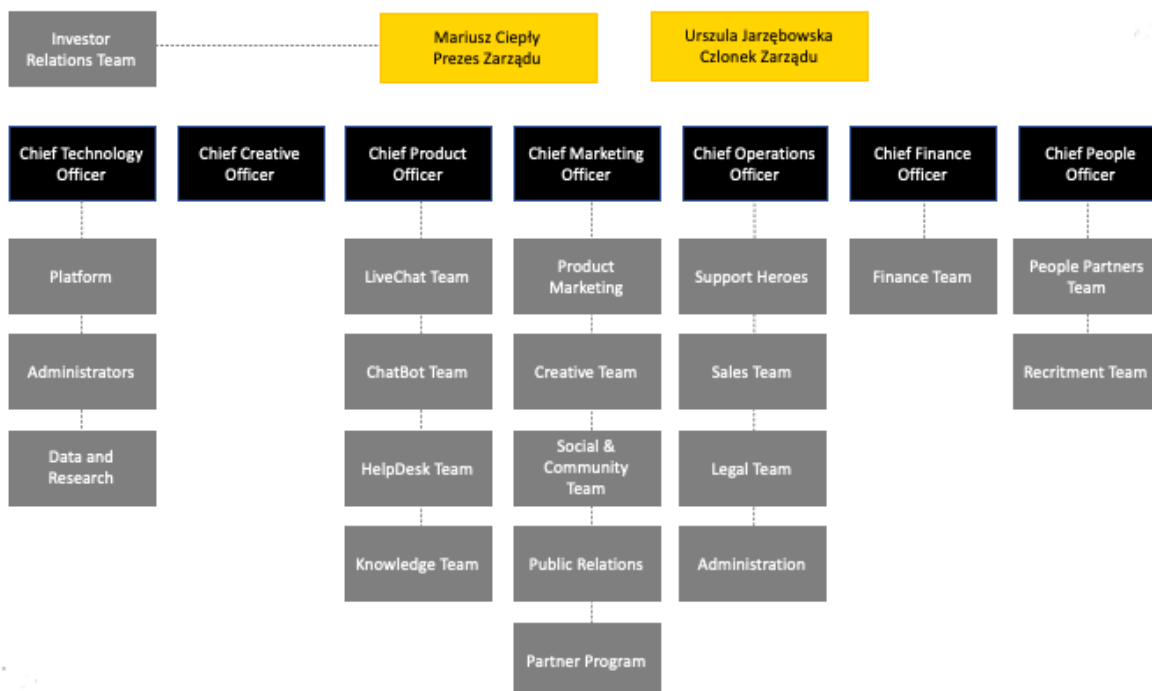
Spółka LiveChat Software S.A. tworzy grupę kapitałową, w skład której wchodzi ona jako podmiot dominujący oraz spółka zależna LiveChat Inc. z siedzibą w USA, w której posiada 100% kapitału i 100% głosów. LiveChat Inc. podlega konsolidacji metoda pełną.

Spółka nie posiada oddziałów.



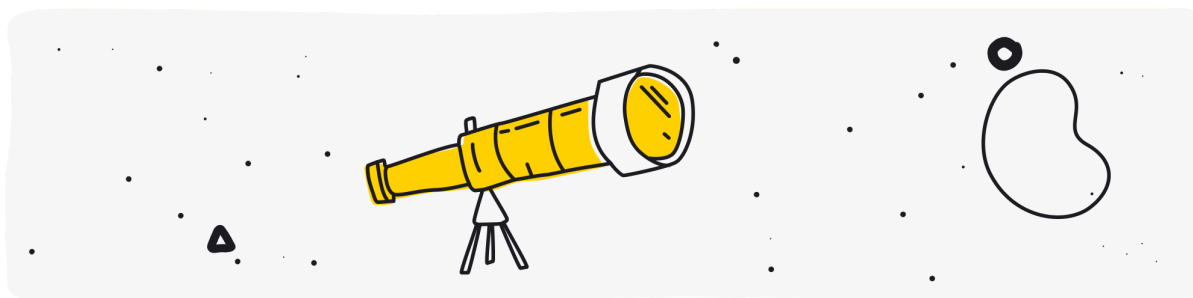
### 1.6.2. Organizacja LiveChat Software

Struktura organizacyjna LiveChat Software jest następująca:



We wrześniu 2021 r. do grona "CXO" (dyrektorów) dołączył Filip Jaskólski, który będzie odpowiadał za obszar innowacji jako Chief Innovation Officer. Filip Jaskólski z LiveChat związany jest od ponad 7 lat i odpowiadał m.in. za budowę platformy deweloperskiej.

## 2. Opis działalności Grupy Kapitałowej LiveChat Software



### 2.1. Strategia rozwoju

Wyróżnia nas fakt, że czujemy się odpowiedzialni za jakość komunikacji po obu stronach tego procesu. Wspomagamy firmy w bardziej efektywnym komunikowaniu się, ale naszym celem jest również zapewnienie jak najlepszego doświadczenia i poprawy jakości usług dla milionów ludzi, którzy każdego dnia wykorzystują nasze rozwiązania.

#### Produkt i usługi

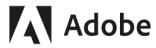
Produkty i usługi które dostarczamy mają spełniać wszystkie potrzeby komunikacyjne naszego klienta. W obecnym otoczeniu to nie marka, ale klient dyktuje warunki komunikacji. Nasze produkty mają mu umożliwić nie tylko możliwość kontaktu z firmą w czasie i miejscu, który wybierze za pośrednictwem dowolnego kanału komunikacji, ale również swobodne wyrażenie siebie i swoich emocji.

Będziemy dążyć do tego, żeby maksymalnie zwiększać liczbę interakcji przeprowadzonych za pośrednictwem naszych rozwiązań.

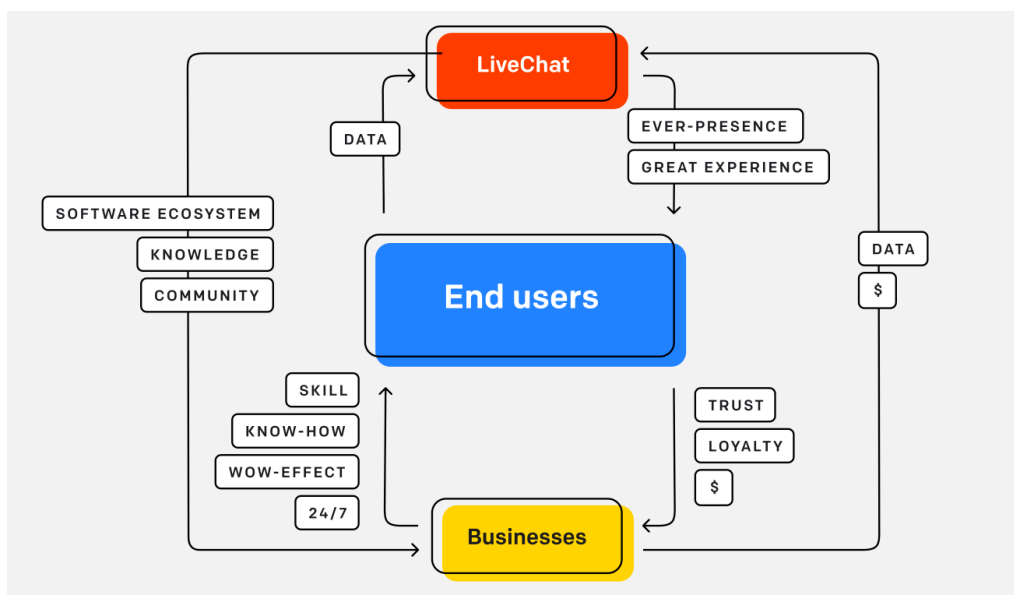
#### Rynki docelowe

Naszymi klientami są spółki każdej wielkości reprezentujące wszystkie branże. Jedną z naszych istotnych przewag konkurencyjnych jest bardzo efektywny, zautomatyzowany proces sprzedaży do małych i średnich firm.

Zamierzamy utrzymać tą przewagę, równocześnie koncentrując się na firmach średniej wielkości. Utrzymanie silnej pozycji w segmencie małych spółek pomoże nam w generowaniu nowych leadów. Zwiększenie liczby klientów korporacyjnych przełoży się na zwiększenie przewidywalności naszego biznesu i jego jeszcze większą stabilność. Oceniamy, że mamy możliwości technologiczne i organizacyjne potrzebne do świadczenia usług dla tego segmentu rynku. Pomimo to potrzebne są dalsze prace nad dostosowaniem produktów, marketingu, a także budowa działu sprzedaży, by osiągnąć ten cel.

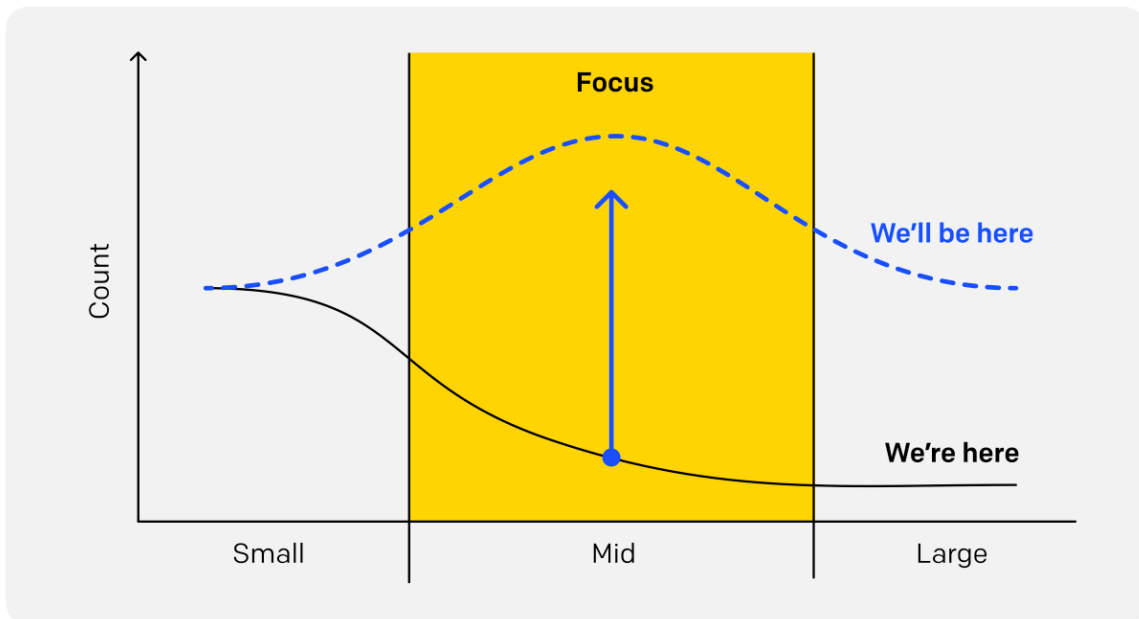


Naszym klientom oferujemy nie tylko rozwiązania technologiczne, ale również naszą wiedzę ekspercką zgromadzoną dzięki prawie 20-letniemu doświadczeniu wspierania komunikacji online. Koncentrujemy się na rynku USA, który jest dla nas największy pod względem wartości sprzedaży, potencjału wzrostu w przyszłości, ale również wyznacza trendy dla całej branży.



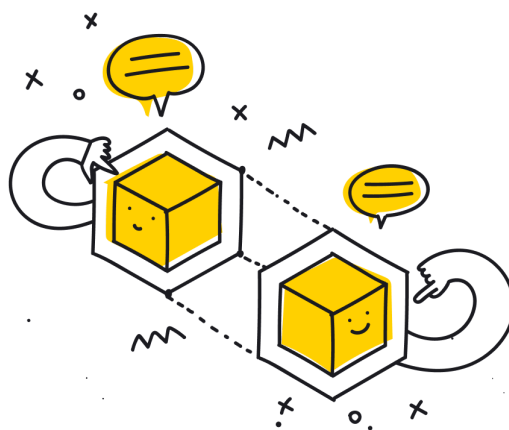
## Ekonomia skali

Nasze rozwiązania są wykorzystywane przez tysiące firm i miliony użytkowników końcowych. Daje nam to dane i doświadczenie, które wykorzystujemy do dalszego wzrostu - rozwoju naszych obecnych produktów i projektowania nowych. Koncentrujemy się na realizacji projektów o największym potencjale.



## Koncentracja na danych

Poszukując okazji do dalszego wzrostu będziemy opierać się na dostępnych danych i inwestować w ich analizę.



## Otwarta Infrastruktura i produkty

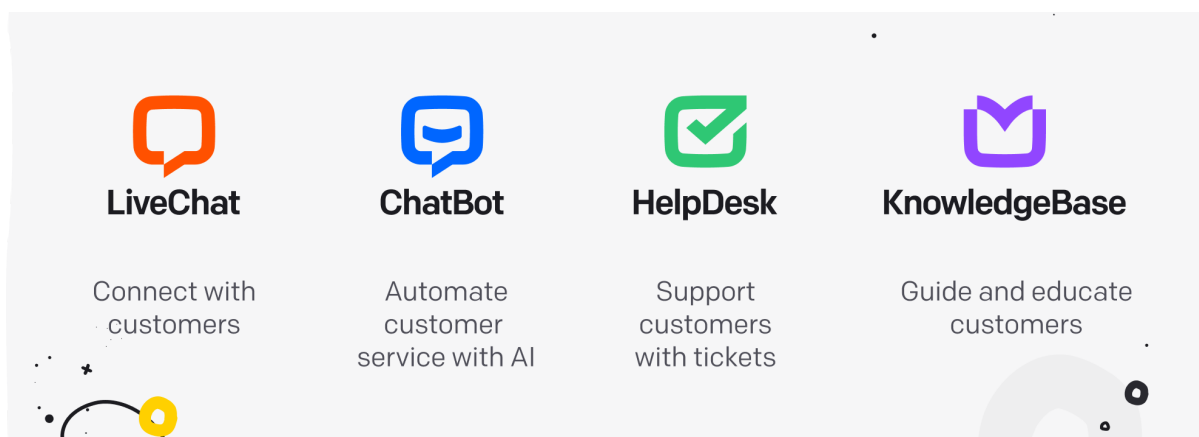
Nasze produkty mają być otwarte i łatwe do zintegrowania z innymi rozwiązaniami dostarczanymi przez zewnętrznych dostawców. Nawet nasze API (Interfejs Programowania Aplikacji) staje się produktem samym w sobie.

## 2.2. Opis działalności prowadzonej przez Grupę

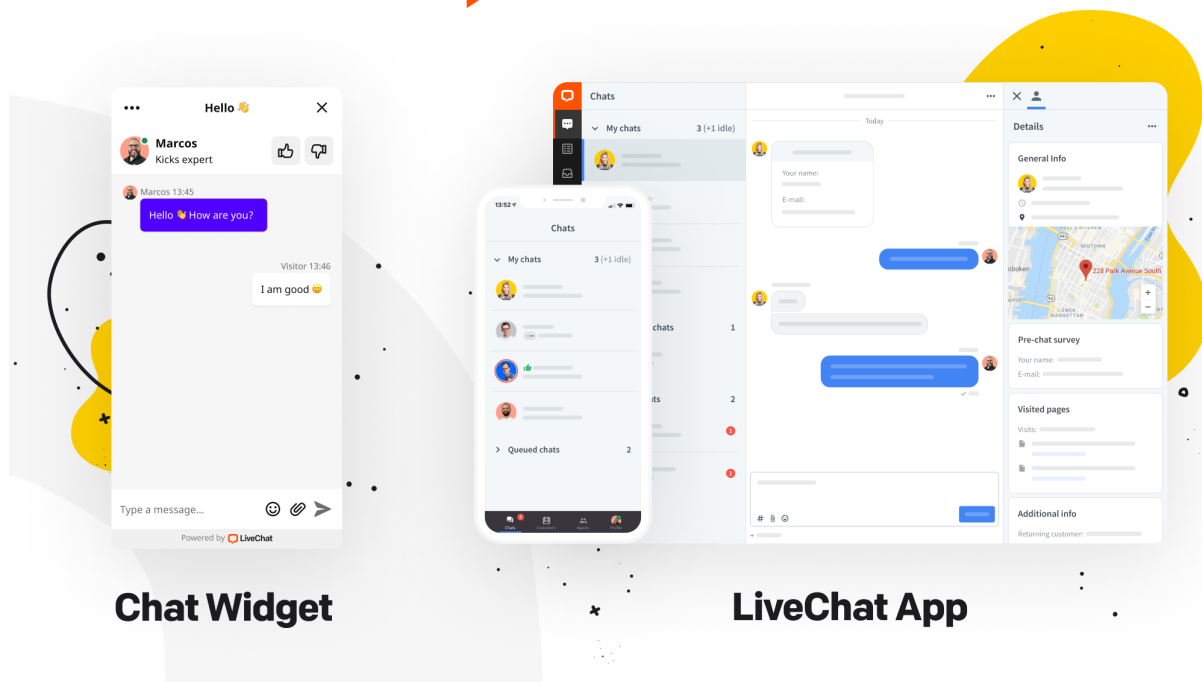
LiveChat Software S.A. jest producentem oraz globalnym dostawcą oprogramowania live chat. W firmowym portfolio produktów znajdują się także rozwiązania: ChatBot (platforma do tworzenia chatbotów), HelpDesk (rozwiązanie ticketowe), oraz KnowledgeBase (aplikacja do tworzenia własnych baz wiedzy).

Bieżąca działalność Grupy obejmuje udoskonalanie produktu LiveChat przez zespół deweloperów, oferowanie najwyższej jakości obsługi klienta oraz tworzenie nowych kanałów pozyskiwania klientów. Sprawdzony model biznesowy Emitenta zakłada marginalny koszt pozyskania klienta, bliski zeru. Relatywnie niski poziom kosztów stałych w Spółce i marginalny krańcowy koszt zmienny nowego klienta oraz brak konieczności ponoszenia dodatkowych nakładów inwestycyjnych umożliwiają skalowalność prowadzonego biznesu przy zachowaniu wysokiej rentowności działalności. Dzięki zastosowaniu odpowiedniej polityki marketingowej, w tym cenowej, produkt LiveChat jest głównie skierowany do średnich i małych przedsiębiorstw, jednak Spółka podejmuje działania mające na celu dotarcie do podmiotów o większej skali działalności – dalszy rozwój produktu, wprowadzanie nowych funkcjonalności oraz poziomów cenowych. Progresywny cennik umożliwia Spółce otrzymywanie wyższych przychodów od klientów, którzy wykorzystują większą liczbę funkcjonalności produktu LiveChat.

LiveChat Software prowadzi również szereg innych projektów, których wspólnym mianownikiem jest potencjał do zwiększenia tempa pozyskiwania klientów dla „LiveChat”. Rozwiązania spółki są dedykowane dla klientów biznesowych z wszystkich branż. Obecnie największą grupę stanowią spółki z sektora IT. Inne duże grupy branżowe wśród klientów spółki to m.in: sprzedaż detaliczna, edukacja, marketing, gry i hazard, motoryzacja, rozrywka, usługi finansowe, ochrona zdrowia i turystyka.



## 2.3. LiveChat



**Chat Widget**

**LiveChat App**

Produkt LiveChat to narzędzie, które służy do szybkiego kontaktu klientów z firmą poprzez aplikację chat na stronie internetowej. Rozwiązanie wykorzystywane jest przede wszystkim do prowadzenia działań customer service oraz sprzedaży online.

Spółka oferuje produkt w wersjach aplikacji mobilnej i desktopowej, możliwe jest także korzystanie z niego poprzez przeglądarkę internetową. Sprawia to, że użytkownik produktu może obsługiwać rozmowy ze swoimi klientami z niemal każdego miejsca i o każdej porze.

Przykłady użycia produktu są bardzo zróżnicowane. Rozwiązanie LiveChat może usprawniać procesy sprzedażowe w branży e-commerce, służyć jako narzędzie wspierające rekrutację w branży edukacyjnej i HR lub jako kanał kontaktu w branżach wymagających spersonalizowanej komunikacji np. nieruchomości. Spółka przykłada dużo uwagi, by implementacja produktu na stronie internetowej, dopasowanie go do potrzeb klienta, a następnie obsługa były intuicyjne i proste, mimo zaawansowanych funkcjonalności, które produkt oferuje. Również proces onboardingowy prowadzony jest w taki sposób, by już na samym początku wyjaśnić jak najwięcej możliwych wątpliwości użytkownika. Dzięki temu, produkt może być wykorzystywany przez małe i średnie przedsiębiorstwa, ale także przez duże korporacje.

Produkt oferuje wiele funkcjonalności, nie tylko ułatwiających prowadzenie rozmów z klientami, ale także usprawniających zarządzanie tą komunikacją. Użytkownicy mogą korzystać z funkcji angażujących klientów (np. automatycznie pojawiających się zaproszeń do rozmów), systemu ticketowego (umożliwia on pozostawienie wiadomości poza godzinami pracy zespołu obsługi), śledzenia zachowań odwiedzających stronę internetową, a także z panelu analitycznego. Wszystkie dane gromadzone za pomocą aplikacji LiveChat są atrakcyjnym źródłem wiedzy, wykorzystywanej w procesie sprzedaży, obsługi i wsparcia klienta.

Struktura produktu pozwala użytkownikom na zintegrowanie go z innymi narzędziami, co znacznie rozszerza przypadki jego użycia. Do dyspozycji klientów są integracje: tzw. "one-click" (pozwalają one na włączenie integracji z danym narzędziem niemal poprzez jedno kliknięcie) lub bardziej zaawansowane, wymagające użycia udostępnionej przez Spółkę dokumentacji np. API (Application Programming Interface - Interfejs Programowania Aplikacji) oraz wiedzy programistycznej. Jedną z ciekawszych integracji, jest możliwość uruchomienia w produkcie chatbotów. Daje to firmom możliwość prowadzenia komunikacji z klientami zarówno poprzez prawdziwych agentów, jak i mechanizmy oparte na sztucznej inteligencji.

Więcej informacji o produkcie znajduje się tutaj: [www.livechat.com](http://www.livechat.com)





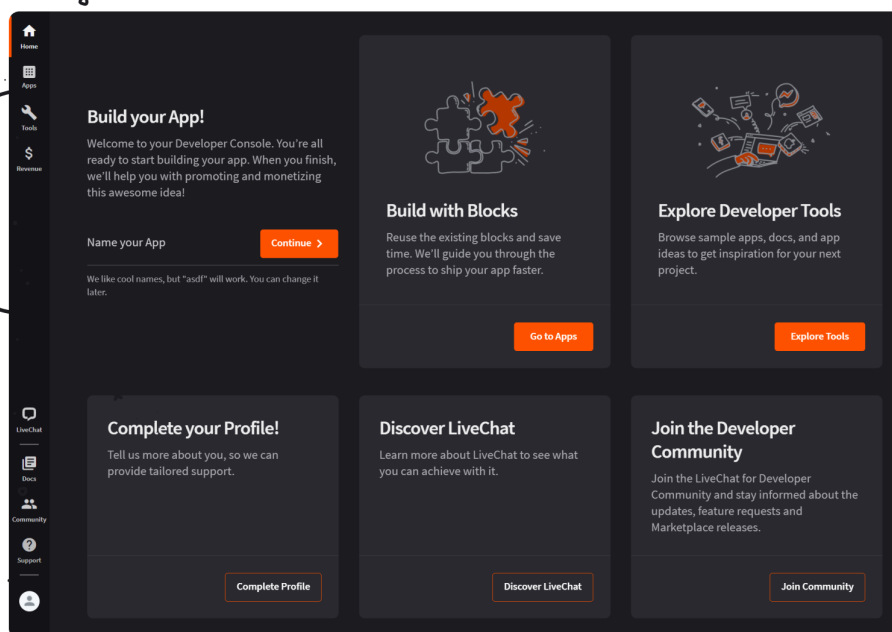
## Produkt LiveChat jako platforma

Pomysł na zmianę kierunku rozwoju produktu LiveChat jest odpowiedzią na rosnącą liczbę jednostkowych wymagań użytkowników względem aplikacji. Aby sprostać i wyprzedzić oczekiwania klientów, LiveChat Software buduje wokół swojego rozwiązania ekosystem.

Zmiana modelu biznesowego na platformę, w dłuższej perspektywie, przyspieszy rozwój tworzonych przez Spółkę rozwiązań, a także ułatwi wprowadzanie do nich nowych funkcjonalności. Platforma umożliwia tworzenie i udostępnianie nowych funkcji nie tylko przez pracowników Spółki, ale także przez zewnętrzne jednostki (developerów, firmy programistyczne, partnerów, a także samych użytkowników). Dzięki platformie i udostępnianym na niej narzędziom każdy spoza firmy ma możliwość stworzenia własnego rozszerzenia czy aplikacji bazującej na technologii produktu LiveChat. W ten sposób możliwe jest wprowadzenie rozwiązań, których nie ma w produkcie, a które dla danego użytkownika są kluczowe.

Platforma wokół rozwiązania LiveChat, składa się ze ściśle powiązanych ze sobą części. Pierwsza z nich to Konsola Developerska, na której udostępniane są przez Spółkę odpowiednie narzędzia (instrukcje, dokumentacja API, przykłady kodów), dzięki nim możliwe jest tworzenie wtyczek, rozszerzeń.

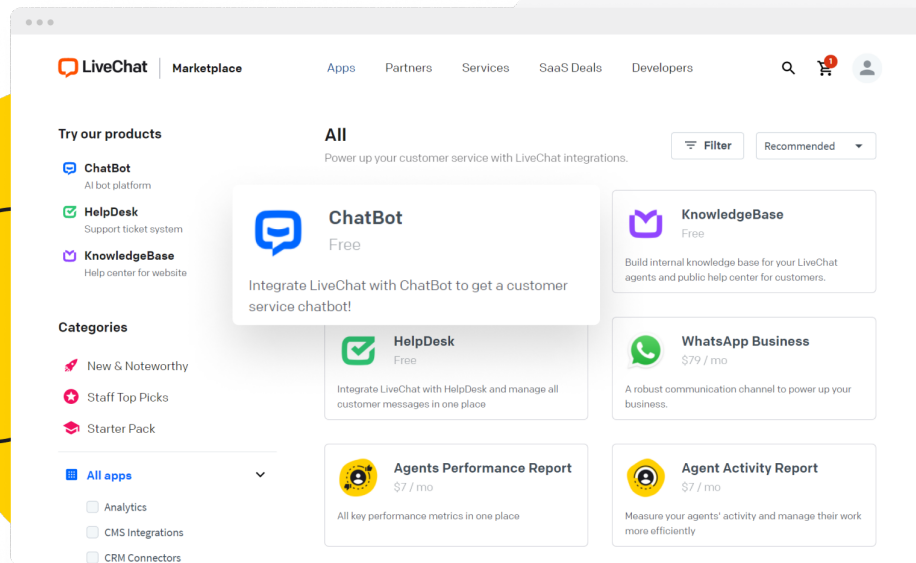
## Developer console



Kolejna część to Marketplace, czyli "miejsce" w którym wszystkie stworzone produkty są przechowywane i udostępniane użytkownikom produktu LiveChat (w wersji płatnej i bezpłatnej). Trzecia część to budowana wokół platformy społeczność wszystkich jej uczestników, a także klientów Spółki. Celem społeczności jest wymiana doświadczeń, wspólne tworzenie aplikacji oraz nawiązywanie wzajemnych relacji.

Główne korzyści rozwoju produktu w modelu platformy to, że rozwiązania stają się bardziej elastyczne, przez co możliwe jest niemal dowolne dostosowywanie ich funkcjonalności do wymagań użytkowników. Sprawia to, że relacje użytkownika z produktem są mocniejsze, przez co trudniej jest mu zrezygnować z jego użycia. Platforma pozwala także na odkrywanie nieznanych dotąd przypadków użycia danego rozwiązania i dzielenie się tymi doświadczeniami.

# LiveChat Marketplace

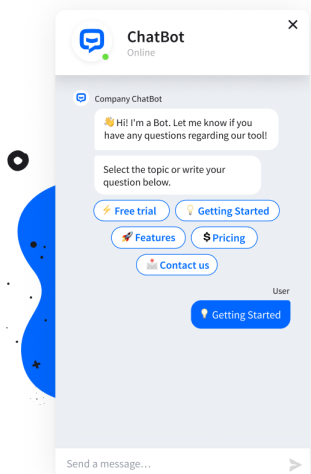


W całym I półroczu roku finansowego 2021/2022 średnia wartość miesięcznych przychodów ze sprzedaży aplikacji udostępnionych w marketplace Spółki przez partnerów zewnętrznych wyniosła ponad 81 tys. USD miesięcznie wobec ok. 24 tys. USD miesięcznie rok temu.

Więcej informacji o produkcie znajduje się tutaj: [www.livechat.com/marketplace/](https://www.livechat.com/marketplace/)



## 2.4. ChatBot



**ChatBot widget**



**ChatBot Visual Builder**

ChatBot to produkt, który umożliwia tworzenie chatbotów konwersacyjnych obsługujących różne scenariusze biznesowe. Ich głównym celem jest automatyzacja komunikacji firm oraz poprawa efektywności zespołów obsługi klienta poprzez rozwiązywanie powtarzalnych zapytań klientów. Wprowadzone na rynek rozwiązanie wpisuje się w przyjętą przez Spółkę strategię rozwijania oferty produktów, służących do komunikacji tekstowej z klientem. Jednocześnie odpowiada popularnemu obecnie trendowi automatyzacji komunikacji poprzez mechanizmy, wykorzystujące sztuczną inteligencję,

Boty tworzone są poprzez przygotowanie szczegółowego scenariusza konwersacji w formie 'drzewa'. Opiera się ono na metodzie drag&drop, jest intuicyjne i proste, przez co dostępne także dla osób, które nie mają specjalistycznej wiedzy programistycznej.

Chatboty, tworzone poprzez ChatBot, opierają się na dwóch systemach dopasowywania fraz podczas rozmowy z użytkownikiem. Główny - machine learning, który analizuje całą wpisaną frazę, oraz drugi oparty o słowa kluczowe. Można ich używać naprzemiennie lub nawet łączyć w obrębie jednego scenariusza.

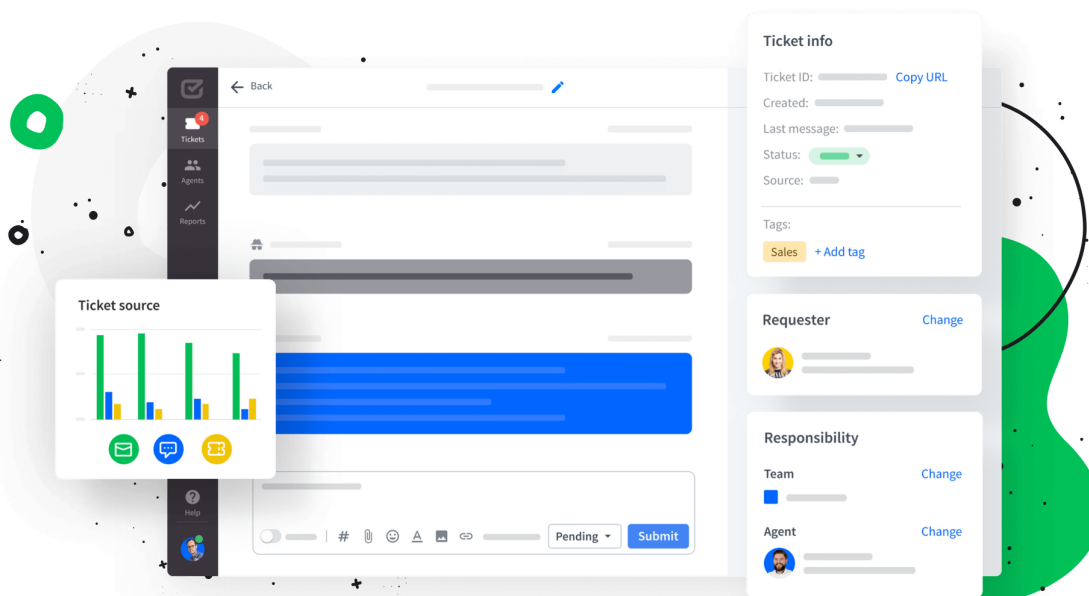
ChatBot zintegrowany jest z rozwiązaniem LiveChat, ale też z innymi narzędziami, jak np. Facebook Messenger. Dodatkowo, użytkownik może połączyć stworzonego bota z wewnętrznym systemem, co pozwala m.in. na weryfikowanie i przesyłanie danych pozyskanych przez bota podczas rozmowy do innych systemów w firmie. Możliwości integracyjne ChatBot są właściwie nieograniczone ze względu na udostępnienie przez firmę API aplikacji.

Spółka promuje swoje rozwiązania poprzez działania bezkosztowe, organicznie zwiększając bazę użytkowników ChatBot. Jednocześnie sprzedażą ChatBot zajmuje się także zespół sprzedaży – wspólny dla wszystkich produktów. Rozwiązanie funkcjonuje na rynku od czerwca 2017 roku (w wersji otwartej bety, od lutego 2018 r. jako kompletny produkt). Do klientów produktu zaliczają się takie firmy jak Moody's, Kayak, Unilever czy Danone.

Więcej informacji o produkcie znajduje się tutaj: [www.chatbot.com](http://www.chatbot.com)



## 2.5. HelpDesk



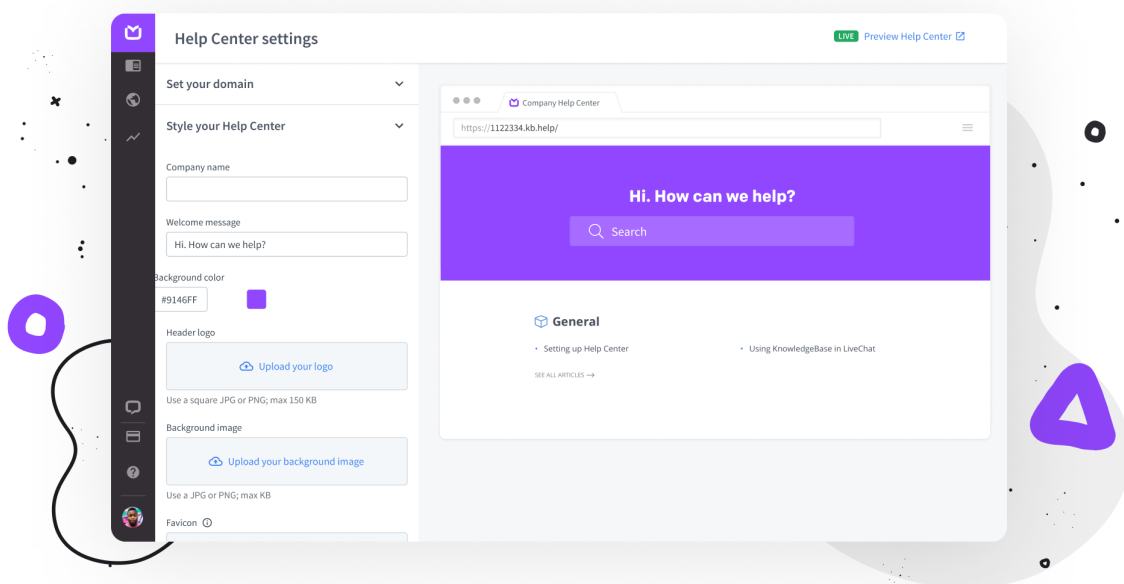
HelpDesk to rozwiązanie, które ma wspierać komunikację biznesową z klientem poprzez różne kanały. W szczególności HelpDesk pomaga zarządzać tzw. "Ticketami", czyli sprawami zgłaszanymi przez klientów za pośrednictwem różnych kanałów komunikacji tekstowej (np. mail, live chat).

Wśród funkcji oferowanych przez HelpDesk znajdują się wsparcie dla pracy w zespołach, grupowanie i tagowanie ticketów, ocena satysfakcji konsumentów. Obecnie trwają prace nad większą ilością integracji HelpDesku z innymi produktami. Produkt jest systematycznie rozbudowywany, a jego wizja docelowo zakłada jak największą automatyzację by skrócić czas obsługi klientów przez support. HelpDesk będzie stanowił rozwiązanie konkurencyjne dla takich produktów jak m.in. Zendesk, FreshDesk, ZOHO Desk, HappyFox, czy HelpScout i stanowi wartościowe uzupełnienie oferty Spółki.

Więcej informacji o produkcie znajduje się tutaj: <https://www.helpdesk.com/>



## 2.6. KnowledgeBase



Spółka wydała aplikację w październiku 2017 r., początkowo w wersji otwartej bety, a następnie w marcu 2018 r., jako kompletny i płatny produkt. Platforma KnowledgeBase pozwala firmom tworzyć własne bazy wiedzy, do których dostęp mogą mieć zarówno jej pracownicy, jak i klienci.

Dzięki KnowledgeBase artykuły dotyczące np. pomocy technicznej gromadzone są w jednym miejscu. W ten sposób podczas obsługi klienta, pracownik nie musi przetaczać się między zakładkami w przeglądarce w poszukiwaniu odpowiedzi na zadane pytanie, a jedynie wyszukać informacji w bazie. Zwiększa to efektywność obsługi i przyspiesza komunikację z klientami. W przypadku klienta, pozwala mu także na samodzielne wyszukiwanie rozwiązania danego problemu. Aplikacja może być zintegrowana bezpośrednio z rozwiązaniem LiveChat.

Więcej informacji o produkcie znajduje się tutaj: <https://www.knowledgebase.ai>

## 2.7. Dodatkowe działania

Dodatkowe działania, przyczyniające się do organicznego wzrostu liczby klientów, nad którymi zespół Spółki pracuje w dedykowanych zespołach:

**Program Partnerski** - celem programu partnerskiego jest budowa nowych kanałów sprzedaży w oparciu o współpracę z firmami różnych branż lub freelancerami. Program składa się z modeli:

- affiliate, w którym partnerzy otrzymują prowizję z każdej sprzedaży produktu zrealizowanej za ich pośrednictwem
- solution partners, zakładającego możliwość dołączenia naszego produktu (oraz usług wokół niego) do portfolio ofertowego partnera i samodzielnego kształtowania polityki cenowej.

### Działania podejmowane w projekcie:

- rozbudowa strony i bloga (wzmocnienie organicznego ruchu i liczby zapisów zainteresowanych współpracą podmiotów)

- rozbudowa panelu partnerskiego (dashboard) dającego partnerom dostęp do materiałów reklamowych, analityki oraz narzędzi do tworzenia i zarządzania licencjami LC tworzonymi w tym modelu
- API programu partnerskiego - dające możliwość śledzenia i optymalizacji aktywności w projekcie oraz automatyzacji wielu czynności w jego ramach

## Działania content marketingowe

Spółka przykłada dużo pracy do treści tworzonych na stronę, co pozwala jej generować duży ruch przychodzący na strony internetowe i wysokie pozycje w przeglądarkach.

**Partnerships** - działania, polegające na współpracy z innymi firmami, tworzącymi oprogramowania. Opierają się na współpracy na różnych poziomach: wzajemnej promocji, tworzenia wspólnych integracji, listowania w marketach.

## 2.8. Opis sytuacji na rynku usług SaaS oraz w segmencie oprogramowania typu „live chat”

Rynek oprogramowania SaaS (Software-as-a-Service) jest największą i dynamicznie rozwijającą się częścią rynku Cloud Computing, polegającego na świadczeniu usług i oferowaniu produktów z obszaru technologii informacyjnych poprzez wykorzystanie chmury obliczeniowej. W ramach rynku Cloud Computing wyróżnia się segment chmury prywatnej, z której korzystają duże przedsiębiorstwa w celu optymalizacji własnych zasobów, oraz segment chmury publicznej, skierowanej do małych i średnich spółek, która pozwala na większą kontrolę nad wydatkami i możliwość rozłożenia ich w czasie. Według szacunków firmy analitycznej Gartner wartość publicznej chmury wyniosła 270,0 mld USD w 2020 r.

Zgodnie z prognozami, wartość rynku chmury publicznej od 2019 roku do 2025 roku będzie rosła średniorocznie o 16,1% do 692,1 mld USD. Rozwiązania oferowane w modelu SaaS dynamicznie zastępuje tradycyjne oprogramowanie pozwalając klientom na optymalizację wykorzystywanych zasobów, podniesienie niezawodności, skalowalność i elastyczność wykorzystywanych rozwiązań. W ramach rynku Cloud Computing wyróżnia się także rynki:

- IaaS (Infrastructure-as-a-Service) – dostarczanie infrastruktury informatycznej,
- PaaS (Platform-as-a-Service) – sprzedaż wirtualnego środowiska pracy programisty,
- BPaaS (Business-Process-as-a-Service) – outsourcing procesów biznesowych,
- BaaS (Backend-as-a-Service) – wspólna baza backendowa dla procesów wielu aplikacji
- Daas (Data-as-a-Service) – zdalnie dostarczane dane na żądanie użytkownika
- FaaS (Function-as-a-Service) – platforma umożliwiająca rozwijanie, testowanie i uruchamianie poszczególnych funkcji w chmurze

W 2021 roku wartość usług w chmurze publicznej wzrosła o 23,2% do wartości 332,3 mld USD, na co największy wpływ miał wybuch pandemii COVID-19 i większa otwartość menedżerów IT na rozwiązania wirtualne, a usługi SaaS stanowią największą częścią publicznej chmury przekraczając 122 mld USD.

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 opłat abonamentowych za dostęp do usługi. 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 podkreślane korzyści dla klienta to:

- znaczące 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,
- uzyskanie istotnych oszczędności na kosztach wsparcia i serwisu,
- przewidywalne, stałe i stosunkowo niższe płatności abonamentowe zamiast wysokiego jednorazowego kosztu zakupu oprogramowania i niezbędnej
- infrastruktury oraz ewentualnych późniejszych kosztów dodatkowych,
- elastyczny plan taryfowy pozwalający na rezygnację z usługi w dowolnym momencie,
- wysoka skalowalność produktu wraz ze wzrostem zapotrzebowania ze strony klienta,

- możliwość korzystania z aplikacji z dowolnego miejsca za pomocą komputerów stacjonarnych i urządzeń mobilnych.

Z punktu widzenia dostawcy sprzedaż oprogramowania w modelu SaaS oznacza:

- uproszczony proces dystrybucji,
- globalny zasięg oferowanych usług,
- uniwersalny charakter oprogramowania,
- kontrolę nad jakością wdrożenia u każdego z klientów,
- obniżenie kosztów serwisu i gwarancji,
- brak problemu piractwa,
- zachowanie wszelkich praw autorskich po stronie dewelopera.

Rynek SaaS stanowi dominującą część rynku Cloud Computing. Wartościowo, największy udział w globalnym rynku SaaS przypada na rynki Ameryki Północnej, a w szczególności Stany Zjednoczone. Istotne znaczenie w aspekcie rozwoju rozwiązań w chmurze ma brak barier kulturowych związanych ze stosowaniem zaawansowanej technologii w ramach prowadzenia działalności gospodarczej. Jest to szczególnie istotne z punktu widzenia dostawców oprogramowania w formie SaaS dla małych i średnich przedsiębiorstw.

W pełni wiarygodne oszacowanie wielkości rynku rozwiązań typu live chat jest trudne ze względu na dużą liczbę dostawców, którzy nie publikują danych finansowych, wiele rozwiązań typu free lub freemium, lub sprzedawanych razem z innymi usługami.

Zgodnie z danymi podawanymi przez firmę badawczą Datanyze na rynku rozwiązań live chat obecnych jest ponad 200 różnych technologii. Duża część dostawców oferuje swoje rozwiązania w modelu freemium. W ocenie Zarządu LiveChat Software monetyzacja klientów, którzy rozpoczęli korzystać z usług darmowych jest procesem bardzo trudnym i nieefektywnym. Rozwiązanie „LiveChat” wyróżnia m.in. liczbą dostępnych funkcjonalności, opcji i możliwości integracji. Kluczowa jest też jakość obsługi klienta, która znacznie przewyższa możliwości większości innych dostawców.

Z tych powodów bezpłatne rozwiązania nie są traktowane jako bezpośrednia konkurencja, ponieważ LiveChat jest adresowany do bardziej wymagających klientów o większych i bardziej zaawansowanych potrzebach, zarówno jeśli chodzi o dostępne funkcje usługi, jak również o szybkość i efektywność wsparcia ze strony obsługi klienta. Czołówka globalnych dostawców rozwiązań live chat jest stosunkowo stabilna. Oprócz LiveChat Software należą do nich także m.in.: LivePerson, czy Zendesk Chat. Inne ważniejsze rozwiązania live chat dostępne na rynku to Intercom, Drift, Olark, JivoChat, Tidio, czy Tawk.to (model darmowy). Na rynku dostępne jest też rozwiązanie Facebook Customer Chat Plugin. Spółka ocenia jednak, że jej bezpośrednimi konkurentami w segmencie premium są głównie Zendesk i Intercom.

W 2018 roku Spółka dołączyła do swojej oferty rozwiązanie ChatBot pozwalające na automatyzację komunikacji z klientami. Prognozy i oceny dotyczące wartości tego rynku bardzo się różnią. Według raportu firmy Kenneth Research wartość rynku „Conversational Artificial Intelligence” obejmującego m.in. wirtualnych asystentów i chatboty będzie rosł średniorocznie w okresie 2019-2024 o 30% aby osiągnąć na koniec tego okresu wartość 15,8 mld dolarów. Natomiast według prognozy firmy Grand Review Research wartość samego rynku chatbotów wyniesie w 1,25 mld dolarów w 2025 r. (co zakłada średnioroczny wzrost na poziomie 24 proc.).

LiveChat Software ocenia, że potencjał rynku rozwiązań live chat jest nadal bardzo wysoki, co wiąże się m.in. ze zmianami wymuszonymi przez pandemię COVID-19 i rozwojem rynku e-commerce. Zgodnie z obliczeniami firmy badawczej eMarketer na poziomie globalnym wartość zakupów dokonywanych online wzrosła w 2020 roku o 27,6%. Sam udział udziału zakupów e-commerce w ogólnych zakupach detalicznych w 2020 roku przekroczył 18%. Zgodnie z prognozami firmy badawczej eMarketer w 2020 r. wartość sprzedaży detalicznej w internecie osiągnęła wartość 794 mld USD w samych USA, a w 2021 roku wzrosła o kolejne 6,1%.

Duży napływ klientów na rynek sprawia, że obecni gracze są bardziej skoncentrowani na ich pozyskiwaniu, a nie rywalizacji o klientów już wykorzystujących rozwiązania konkurencyjne.

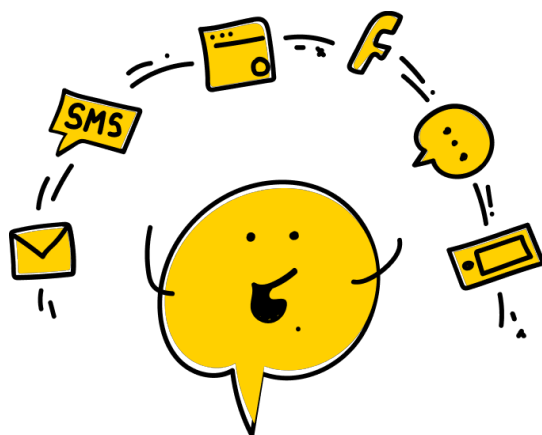
Dodatkowo pozycjonowanie LiveChat w kategorii premium i budowanie pozycji rynkowej nie na konkurencji cenowej, lecz takich cechach jak różnorodność funkcji i integracji, jakość obsługi klienta, a także niezawodność i bezpieczeństwo danych, uodparnia spółkę na konkurencję popularnych, bezpłatnych rozwiązań.

Kolejne informacje o rozwiązaniach dla biznesu w obszarze komunikacji tekstowej ze strony firm takich jak Apple czy Facebook, Spółka śledzi bardzo uważnie i jest ich świadoma, od momentu ogłoszeń już na etapie deweloperskim



- czyli na wiele miesięcy przed oficjalnym ogłoszeniem. Tak było zarówno w przypadku Apple, jak i wcześniej Facebooka.

LiveChat Software ocenia te wdrożenie jako dobre informacje dla całej branży. Firmy, wprowadzające kolejne produkty live chat na rynek, popularyzują takie rozwiązania, wprowadzają nowe możliwości dla integracji i pozyskiwania kolejnych klientów, którzy chcą korzystać z tego sposobu komunikacji. Dzięki temu, Facebook Messenger, WhatsApp, a teraz Apple stają się kolejnymi kanałami dystrybucji produktu LiveChat. Wokół produktów - LiveChat i ChatBot, Spółka buduje biznesowy ekosystem, by jeszcze lepiej odpowiadać na potrzeby użytkowników. Dzięki temu będą oni mogli komunikować się ze swoimi klientami poprzez różne kanały i platformy - już nie tylko poprzez strony www, ale teraz także poprzez SMS-y, urządzenia Apple, inne urządzenia mobilne, Facebook Messenger, komunikatory i platformy społecznościowe.



Ze swojej natury firmy takie jak Facebook, Google, czy Apple nie będą bezpośrednio konkurować z takimi wyspecjalizowanymi dostawcami rozwiązań B2B jak LiveChat Software, Zendesk Chat, czy LivePerson, które zapewniają integrację różnych platform i rozwiązań, analitykę, wyspecjalizowaną obsługę klienta, czy dostęp do wiedzy eksperckiej z zakresu customer care.

## 2.9. Umowy znaczące dla działalności Grupy Kapitałowej



### Umowa z podmiotem świadczącym usługę bramki płatności

Spółka zależna od Emitenta LiveChat, Inc. Korzysta z usług serwisu [www.authorize.net](http://www.authorize.net) należącego do VISA, pełniącego funkcję pośrednika przeprowadzającego od strony technicznej płatność przy użyciu karty kredytowej w Internecie. Umowa między ww. stronami zawarta została poprzez przystąpienie do serwisu Authorize w oparciu o ogólne warunki umów stosowane przez Authorize i nie przybrała formy dokumentu.

Zgodnie z powyższymi warunkami stosunek prawny między użytkownikiem (w tym także LiveChat Inc.) a Authorize podlega prawu Stanu Kalifornia. Authorize nie gwarantuje pełnej funkcjonalności swoich usług, pełnionych za pośrednictwem strony www. Przystępując do umowy użytkownik potwierdza, iż ma świadomość, że usługa



prowadzona będzie za pośrednictwem sieci Internet, co czyni ją wrażliwą na ewentualne awarie infrastruktury, wynikające z różnych przyczyn takich jak atak sieciowy, przerwy w dostawie prądu.

Authorize ponadto nie jest odpowiedzialna za ewentualną szkodę wynikającą z korzystania z jej usług, szczególności nie odpowiada za utratę danych, nieautoryzowany dostęp do danych przesyłanych za pośrednictwem jej strony www., takich jak dane karty kredytowej. Powyższe ograniczenie odpowiedzialności nie jest zależne od przyczyny zaistnienia szkody – zarówno ataki hakerskie, nieszczęśliwe wypadki, jak i niedbałość, w tym rażąca niedbałość, nie mogą stanowić podstawy do podnoszenia roszczeń w stosunku do Authorize. Użytkownik zaś zrzeka się wszelkich roszczeń mogących wynikać z korzystania z usług Authorize i oświadcza, że z jej usług będzie korzystał na własne ryzyko. W razie gdyby jednakże uznać, że należne jest zapłata jakiegokolwiek odszkodowania przez Authorize na rzecz Livechat Inc, jego wysokość byłaby ograniczona do równowartości wynagrodzenia za okres ostatnich 30 dni lub do wysokości 100 dolarów.

Ponadto użytkownik zobowiązuje się do zwolnienia Authorize z odpowiedzialności za ewentualnie roszczenia podnoszone wobec niej przez podmioty trzecie, które to roszczenia pozostają w związku z korzystaniem przez użytkownika z usług Authorize

Warunki umowne mogą być zmieniane przez Authorize jednostronnie, korzystanie z usług serwisu po zmianie warunków oznacza akceptację teźże zmiany. Podobnie Authorize może jednostronnie zakończyć świadczenie usług, po uprzednim uprzedzeniu. Także wypowiedzenie umowy nie może rodzić odpowiedzialności odszkodowawczej Authorize.

### **Umowa z podmiotem świadczącym usługę rozliczania płatności**

Spółka zależna od Emitenta LiveChat, Inc. korzysta z usług serwisu [www.recurly.com](http://www.recurly.com), pełniącego funkcję podmiotu naliczającego opłaty od klientów Emitenta i pobierającego je automatycznie z kart kredytowych klientów. Umowa między ww. stronami zawarta została poprzez przystąpienie do serwisu Recurly w oparciu o ogólne warunki umów stosowane przez Recurly i nie przybrała formy dokumentu.

Umowa podlega prawu stanu Kalifornia.

Usługa świadczona jest przez Recurly za prowizją naliczaną miesięcznie od wartości transakcji wyrażonej w dolarach, której wysokość może być zmieniona przez Recurly za 30-dniowym powiadomieniem. Recurly nie jest odpowiedzialne i nie zwraca pobranych prowizji w razie np. żądania zwrotu ceny przez klienta Emitenta, oszustwa popełnionego przez klienta na Emitencie. Recurly nie świadczy także usług przechowywania środków pieniężnych.

Recurly nie ponosi odpowiedzialności za żadną szkodę, także w postaci utraconych zarobków, danych lub innych dóbr niematerialnych po stronie użytkownika, bez względu na przyczynę jej wystąpienia – czy szkoda będzie wynikała z korzystania z usług Recurly, nieautoryzowanego wpływania na treść usługi, działań lub oświadczeń jakichkolwiek podmiotów trzecich. Niezależnie od powyższych zastrzeżeń odpowiedzialność odszkodowawcza została między stronami ograniczona do wysokości sumy wynagrodzenia zapłaconego na podstawie umowy.

Recurly udziela LiveChat, Inc. licencji na korzystanie z jej loga, nazwy i innych praw w zakresie wykorzystywania ich na stronach internetowych do identyfikacji podmiotu świadczącego usługę. Analogicznie, LiveChat, Inc. udziela licencji do wszelkich treści zamieszczanych w serwisie Recurly.

Umowa przewiduje jednoroczny okres przedawnienia dla wszelkich roszczeń z nią związanych. Z tytułu świadczenia usług Recurly pobiera opłaty zależne od wielkości obrotu.

### **Umowa z Comerica Merchant Services (Worldpay from FIS)**

Na mocy tej umowy spółka zależna od Emitenta LiveChat, Inc. korzysta z obsługi kart Visa i MasterCard. Umowa objęta jest standardowymi warunkami obsługi kart stosowanymi przez Comerica. Obsługa kart obejmuje w szczególności rozliczenia transakcji kartami Visa i MasterCard w związku z programem LiveChat. Warunki umowy przewidują w szczególności, że LiveChat, Inc. sam będzie zajmował się roszczeniami i reklamacjami zgłoszonymi w związku ze sprzedażą rozliczaną przez kartę. LiveChat, Inc. zobowiązany jest również naprawić szkodę poniesioną przez Comerica w związku ze sprzedażą rozliczaną przez kartę i wszelkimi roszczeniami (także roszczeniami osób trzecich) z tym związanymi.

Warunki umowy wymieniają przypadki zwalniające Comerica od odpowiedzialności za naruszenie umowy. Ponadto odpowiedzialność Comerica ograniczona jest do średniej miesięcznej opłaty za usługi w okresie poprzednich 12 miesięcy lub krótszego od dnia zawarcia umowy. Comerica nie odpowiada też za utracone korzyści, ani za transakcje dotyczące innych kart, jeżeli takie będą obsługiwane na wniosek LiveChat, Inc.. Comerica nie odpowiada też za szkodę, jeżeli nie zostanie ona zgłoszona pisemnie w terminie 60 dni od naruszenia umowy, a w przypadku błędu billingowego, w terminie 90 dni od daty danego dokumentu.

Umowa po pierwszym roku odnawia się automatycznie co miesiąc, jeśli nie zostanie wypowiedziana przez LiveChat, Inc. uprzednio w terminie wskazanym w umowie (przy czym w przypadku wypowiedzenia z naruszeniem postanowień umowy, LiveChat, Inc. będzie zobowiązane do zapłaty kwot ustalonych według zasad określonych w umowie). LiveChat, Inc. może też wypowiedzieć umowę w przypadku naruszenia jej przez drugą stronę, jeżeli naruszenie nie zostanie usunięte. Comerica może także rozwiązać umowę (także bez wypowiedzenia w przypadku naruszenia umowy przez Livechat).

Warunki umowy określają też szczegółowo zasady obciążania w określonych przypadkach LiveChat, Inc. kwotami transakcji (w szczególności w przypadku kwestionowania transakcji przez posiadacza karty), zakładania konta rezerwowego na zabezpieczenie roszczeń wobec LiveChat, Inc., zasady odpowiedzialności Livechat za szkody instytucji finansowej wykonującej stosowne wycofanie środków na polecenie oraz Comerica, zasady potrącenia kwot z tego konta i rozliczenia z tym związane, oraz przewidują roczny termin na wygaśnięcie roszczenia LiveChat, Inc. do zwrotu środków pozostałych na takim koncie. Warunki umowy określają też zasady zabezpieczenia na określonych kontach Livechat oraz wskazanie instytucji depozytariusza prowadzącej konta Livechat na potrzeby obsługi zadłużenia z tytułu umowy.

### **Umowa LiveChat, Inc. z American Express Company**

Spółka zależna od Emitenta LiveChat, Inc. Korzysta z usług serwisu strony <https://merchant.americanexpress.com> w celu obsługi kart American Express. Umowa zawarta jest poprzez przystąpienie do wskazanego serwisu w oparciu o warunki stosowane przez ten serwis i nie przybrała formy dokumentu.

Koszty opłat ponoszone przez LiveChat, Inc. w związku z korzystaniem z tego serwisu ustalane są w oparciu o procent obrotu – 2,89-3,20%, zgodnie z aktualną tabelą opłat. Warunki korzystania z serwisu w szczególności zawierają szereg wyłączeń odpowiedzialności American Express Company wobec użytkowników. Warunki te wyłączają w szczególności odpowiedzialność American Express Company za wszelkie szkody pośrednie oraz za utracone korzyści związane z korzystaniem z serwisu. Zgodnie z warunkami, American Express Company nie ponosi też odpowiedzialności za usługi świadczone przez usługodawców za pośrednictwem wskazanego serwisu, ani za informacje i produkty oferowane za pośrednictwem serwisu lub stron podlinkowanych do serwisu.

American Express Company może jednostronnie zmienić warunki korzystania z serwisu. Warunki serwisu podlegają prawu stanu Nowy Jork.

## **2.9.1. Informacja o istotnych transakcjach z podmiotami powiązanymi**

### **Umowa z LiveChat, Inc.**

W dniu 20 stycznia 2012 roku Emitent zawarł ze swoją spółką zależną LiveChat, Inc. umowę na mocy, której spółka zależna zobowiązała się do dalszej sprzedaży dostępu do systemu LiveChat klientom końcowym ze Stanów Zjednoczonych Ameryki.

Zgodnie z umową, spółka LiveChat, Inc. nabywa dostęp do systemu LiveChat od Emitenta, który następnie odsprzedaje klientom końcowym za cenę ustaloną przez Emitenta. LiveChat, Inc. nie realizuje marży na odsprzedaży dostępu do systemu LiveChat. Na podstawie faktur wystawionych przez LiveChat, Inc. Emitent zwraca LiveChat, Inc. wszystkie koszty poniesione przez LiveChat, Inc. w związku z prowadzoną działalnością i wskazane w budżecie zaakceptowanym przez Emitenta. Zgodnie z zawartą umową, LiveChat, Inc. ma prawo do naliczenia marży ustalonej jako 5% wybranych kosztów poniesionych bezpośrednio w związku ze sprzedażą, tj. kosztów obsługi płatności kartami kredytowymi, kosztów obsługi bankowej, kosztów obsługi księgowej i kosztów marketingowych.

Rozliczenie dokonywane jest miesięcznie na podstawie faktury wystawionej przez Emitenta odpowiadającej wartości dokonanej sprzedaży oraz faktur wystawianych przez LiveChat, Inc. odpowiadającej wartości poniesionych kosztów powiększonych o wskazaną powyżej marżę. Wszelkie prawa własności intelektualnej, w tym znak towarowy, pozostaje własnością Emitenta.

Umowa została zawarta na czas nieoznaczony z możliwością wypowiedzenia za 14-dniowym okresem wypowiedzenia.

Umowa ogranicza odpowiedzialność Emitenta do kwoty zapłaconej na rzecz LiveChat, Inc. przez okres 12 miesięcy. W raportowanym okresie Spółka zawierała transakcje z podmiotem konsolidowanym LiveChat, Inc. W rezultacie w wystąpiły kategorie bilansowe i wynikowe wskazane poniżej:

|   |                   |
|---|-------------------|
| Przychody ze sprzedaży do Livechat Inc:   | 104.330.960,82 zł |
| Koszty zakupionych usług od Livechat Inc: | 18.845.553,31 zł  |
| Należności od Livechat Inc:               | 3.992.889,50 zł   |
| Zobowiązania wobec Livechat Inc:          | 0 zł              |

Powyższe transakcje zostały wyłączone w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym.

**Informacje o transakcjach zawartych z podmiotami powiązаныmi na warunkach innych niż rynkowe**  
Nie zawarto tego rodzaju transakcji.

### Zaciągnięte i wypowiedziane umowy kredytów i pożyczek

W okresie od 1 kwietnia 2021 r. do 30 września 2021 r. Spółka ani Grupa nie posiadały umów kredytów i pożyczek.

### Udzielone pożyczki

Spółka ani Grupa nie posiada udzielonych pożyczek.

### Udzielone i otrzymane poręczenia i gwarancje

W okresie sprawozdawczym Spółka ani Grupa nie posiadały udzielonych lub otrzymanych poręczeń i gwarancji.

### Umowy objęcia obligacji

W okresie od 1 kwietnia 2021 r. do 30 września 2021 r. Spółka ani Grupa nie posiadała umów objęcia obligacji.

### Umowy o współpracy lub kooperacji

W omawianym okresie sprawozdawczym LiveChat Software S.A. ani Grupa nie posiadały zawartych umów o współpracy lub kooperacji.

### Umowy ubezpieczenia

Ubezpieczenie Chubb Tech Pro - OC Działalności Zawodowej zawarta z Ubezpieczalnią Chubb European Group Sp.z o.o. Oddział Polska na kwotę 8 mln zł (Polska) i 2 mln USD (USA) oraz Ubezpieczenie Szkód Powstałych w następstwie roszczeń z tytułu Odpowiedzialności Członków Organów Spółki Kapitałowej na kwotę 17 mln zł milionów dla LiveChat Software S.A. i 1 milion dla spółki LiveChat, Inc zawarte z Chubb European Group.

### Opis prowadzonych postępowań sądowych i administracyjnych

W okresie sprawozdawczym Spółka ani Grupa nie była stroną żadnych postępowań sądowych i administracyjnych.

## 2.10. Perspektywy rozwoju

Sektor usług Software as a Service, w którym działa Spółka, rozwija się bardzo dynamicznie. Rynek oprogramowania typu live chat dla biznesu nie pokrywa się z rynkiem SaaS. Część konkurentów Spółki świadczy swoje usługi w mniej efektywnym, tradycyjnym modelu. Jednak w opinii Zarządu, model SaaS ma zdecydowanie największe perspektywy rozwoju, w związku z tym udział spółek świadczących usługi w tym modelu w całym rynku powinien rosnać. Zostawia to ogromny potencjał rozwoju dla całego sektora.

## 2.11. Strategia rozwoju Grupy



### Rozwój produktu

Strategia rozwoju Emitenta zakłada stałe i zrównoważone nakłady na dalszy rozwój produktu LiveChat, w szczególności na:

- a) rozwój funkcjonalny aplikacji;
- b) nowe kanały komunikacji:
  - rozwój systemu „ticketowego” polegającego na zbieraniu informacji z różnych kanałów komunikacji z klientem do jednego systemu zarządzania obsługą klienta;
  - funkcjonalność systemu pozwoli klientom na dalszą poprawę relacji na linii klient-sprzedawca, a docelowo, zwiększenie sprzedaży;
  - systemy mobilne;
  - media społecznościowe;
  - zintegrowany komunikator;
- c) narzędzia dla większych firm, tzw. „data driven”.



### Wzrost bazy klientów

Spółka zakłada dalszy dynamiczny wzrost liczby klientów w oparciu o:

- Automatyzację działań marketingowych oraz marketing przychodzący („inbound marketing”);
- Stałe umacnianie pozycji LiveChat w obszarze obsługi klienta;
- Dalszy rozwój programu afiliacyjnego;
- Rozwój nowych kanałów pozyskiwania nowych użytkowników.



### Akwizycje

W dłuższej perspektywie Emitent nie wyklucza rozwoju poprzez selektywne akwizycje podmiotów z branży obsługi klienta.



### Czynniki wpływające na wynik Spółki i Grupy

W dłuższej perspektywie czasu, zasadniczy wpływ na wyniki Emitenta i Grupy będzie miała sytuacja na globalnym rynku e-commerce oraz usług SaaS (Software as a Service). W krótszej perspektywie istotny wpływ na wyniki mogą mieć m.in. kurs USD/PLN, a także polityka fiskalna państwa.

## 2.12. Ryzyka oraz kluczowe czynniki wpływające na perspektywy rozwoju Grupy Kapitałowej Emitenta

Na perspektywy rozwoju Spółki wpływ ma szereg czynników związanych z perspektywami rozwoju globalnej sieci Internet, sektora e-commerce, segmentu usług Software as a Service (SaaS), a w szczególności zapotrzebowania na rozwiązania wspierające sprzedaż oraz relacje z klientem typu live chat.

Coraz większa popularyzacja i dostępność Internetu oraz wynikająca z tego popularność e-commerce pozytywnie wpływa na zapotrzebowania na rozwiązania live chat. Waznym czynnikiem jest też dążenie przez klientów LiveChat Software do maksymalizacji konwersji, czyli do sytuacji w której jak najwięcej wizyt na ich stronach internetowych doprowadzi do dokonania realnej transakcji. Implementacja rozwiązania typu live chat wyraźnie przyczynia się do poprawy konwersji. Rozwiązania live chat są bardzo konkurencyjne pod względem skuteczności oraz kosztu w porównaniu do tradycyjnych metod kontaktu z klientem.

Zgodnie z obserwacjami tradycyjne metody wymiany informacji na linii klient- sprzedawca jak usługi telefoniczne, zawartość stron internetowych oraz wiadomości e-mail są stopniowo zastępowane przez narzędzia służące do bezpośredniej i natychmiastowej komunikacji z klientem, m.in. usługi typu live chat. Pozwalają one na otwarcie całkowicie nowego kanału obsługi klienta alternatywnego do tradycyjnych form m.in. call-center. Wykorzystanie takiego narzędzia istotnie podnosi efektywność osób zaangażowanych w obsługę klienta poprzez umożliwienie jednoczesnej obsługi kilku użytkowników.

Poza zmianami w sposobie komunikacji na linii klient-sprzedawca, naturalnym czynnikiem determinującym popularność oprogramowania live chat jest wartość rynku sprzedaży dokonywanej przez Internet.

### Ryzyko zmienności kursów walutowych

Spółka narażona jest na ryzyko zmienności kursów walutowych, w szczególności waluty polskiej w relacji do dolara amerykańskiego (USD). Ryzyko walutowe wynika bezpośrednio z ponoszenia większości kosztów działalności w PLN oraz ze sprzedaży na rynkach zagranicznych, która realizowana jest w USD. Zmienność kursów walutowych wpływa przede wszystkim na zmiany wartości przychodów oraz należności Spółki w przeliczeniu na PLN. Istnieje zatem ryzyko umocnienia polskiej waluty, które będzie powodować obniżenie konkurencyjności cenowej Spółki oraz szybszy wzrost wolumenu sprzedaży niż przychodów ze sprzedaży eksportowej wyrażonych w PLN, wpływając tym samym na obniżenie rentowności sprzedaży. Na zmniejszenie ekspozycji Spółki na ryzyko zmienności kursów walutowych wpływa ponoszenie części kosztów w USD. Na dzień sporządzenia sprawozdania Spółka nie stosuje zabezpieczeń otwartych pozycji walutowych, a Zarząd nie postrzega ryzyka kursowego jako istotnego zagrożenia dla poziomu realizowanej rentowności działalności operacyjnej.

### Ryzyko związane z konkurencją

Z uwagi na fakt, że LiveChat zdecydowaną większość przychodów realizuje w Stanach Zjednoczonych, ryzyko ze strony otoczenia konkurencyjnego występuje przede wszystkim na wspomnianym rynku. Rynek SaaS w Stanach Zjednoczonych charakteryzuje się dynamicznym rozwojem i rosnącym poziomem konkurencyjności. Istnieje ryzyko pojawienia się na rynku rozwiązania bardziej innowacyjnego lub bardziej efektywnego kosztowo oraz ryzyko przeznaczania przez podmioty konkurencyjne istotnie wyższych środków na promocję dostępnych rozwiązań lub wejście na rynek podmiotów posiadających dostęp do szerszej bazy klientów. Istnieje również ryzyko, że Spółka nie będzie w stanie wystarczająco szybko i skutecznie zareagować na zmieniające się otoczenie rynkowe, i w konsekwencji oferowane rozwiązania mogą być uznane za mniej konkurencyjne, a Spółka może utracić swoją pozycję konkurencyjną. Taka sytuacja może mieć negatywny wpływ na sprzedaż produktów i usług Spółki oraz w konsekwencji na osiągnięte wyniki finansowe.

### Ryzyko związane z kanałami dystrybucji produktów i dotarcia do nowych klientów

Spółka realizuje strategię marketingową skoncentrowaną na minimalizacji kosztów zewnętrznych pozyskania nowych klientów. Dzięki temu Spółka konsekwentnie utrzymuje wysoką rentowność prowadzonej działalności. Jednocześnie Spółka pozostaje wrażliwa na zmiany w wykorzystywanych kanałach dotarcia do klientów, które w przypadku wprowadzenia agresywnych mechanizmów monetyzacji mogą być w mniejszym stopniu wykorzystywane przez Spółkę do pozyskiwania nowych klientów. W pierwszych miesiącach 2018 r. Spółka odczuła spadek dynamiki pozyskiwania nowych klientów, co było efektem zmian w modelu biznesowym internetowych porównywarek cenowych (np. Capterra, czy GetApp) i zwiększeniem kosztów obecności i promocji w tych serwisach. Poprzez ten kanał dotarcia do klienta Spółka generowała kilkanaście procent nowych klientów. Obecnie Spółka prowadzi prace, które mają zarówno pozwolić jej na zbudowanie nowych, niskokosztowych kanałów

dotarcia do klientów, jak również bada biznesową efektywność korzystania z metod związanych z wyższymi kosztami pozyskania klienta. Obecnie ze względu na pozyskiwanie klientów dzięki działaniom bezpłatnym, a jednocześnie związanych z długoterminowym budowaniem zasięgu, relacji i wizerunku, Spółka nie ma bezpośredniej kontroli nad ilością klientów pozyskanych w konkretnych miesiącach. Spółka efektywnie korzysta z dostępnych narzędzi i kanałów dotarcia, jednocześnie rozbudowując nowe kanały, dzięki czemu minimalizuje ryzyko w tym zakresie, co w długim terminie przekłada się na konsekwentny wzrost bazy klientów. W procesie akwizycji klientów Spółka wykorzystuje bardzo wiele kanałów dystrybucji, jednak utrata lub nawet zmniejszenie efektywności któregoś z ważniejszych, np. w wyniku zmiany polityki przez partnera (np. Google, Shopify, Big Commerce, czy inni) mogą istotnie wpłynąć na ograniczenie wzrostu liczby klientów w pewnym okresie

#### **Ryzyko związane z awariami technicznymi**

Sprzedaż oprogramowania wymaga utrzymania infrastruktury informatycznej oraz korzystania z usług zewnętrznych dostawców rozwiązań serwerowych. W związku z powyższym działalność Spółki narażona jest na ryzyko awarii oprogramowania, urządzeń elektronicznych oraz infrastruktury informatycznej.

#### **Ryzyko związane z wystąpieniem awarii lub ataku hakerskiego**

Emitent świadczy swoje usługi w oparciu o oprogramowanie komputerowe i połączenie internetowe. Dodatkowo wykorzystuje infrastrukturę należącą do podmiotów trzecich, np. w celu przechowywania danych (hostingu). Taki model działalności wiąże się z ryzykiem wystąpienia awarii nie tylko po stronie Spółki, ale także poszczególnych podmiotów pełniących choćby techniczne role w świadczeniu usług przez Emitenta. Dodatkowo działalność polegająca na wymianie danych w systemie teleinformatycznym może stać się przedmiotem ataku hakerskiego, co zaś może prowadzić do utrudnienia lub uniemożliwienia prawidłowego wykonywania usługi przez Emitenta.

#### **Ryzyko związane z koncentracją produktową**

LiveChat Software zdecydowaną większość przychodów uzyskuje wciąż ze sprzedaży produktu LiveChat, który stanowi kluczowy element modelu biznesowego Spółki. W przypadku istotnego spadku popytu rynkowego na produkty typu live chat oraz bezpośrednio produkt Spółki, np. w wyniku utraty przewagi konkurencyjnej, załamania na rynku lub w konsekwencji innych negatywnych wydarzeń zewnętrznych lub wewnętrznych, Emitent jest narażony na ryzyko spadku przychodów.

#### **Ryzyko utraty klientów**

W ramach działalności, Spółka koncentruje się na świadczeniu najwyższej jakości usług, niemniej jednak w związku z możliwym wzrostem konkurencyjności rynku, nie można wykluczyć ryzyka istotnego odpływu Klientów. Opisany powyżej czynnik może mieć istotny negatywny wpływ na sytuację finansową Emitenta

#### **Ryzyko związane z umowami zawieranymi z Klientami**

LiveChat Software prowadząc działalność w segmencie oprogramowania, sprzedaje swój produkt głównie poprzez swoją stronę internetową. Pozyskany w ten sposób Klient rozpoczyna korzystanie z usług Spółki po zaakceptowaniu „ogólnych warunków”, przy czym nie jest związany żadną umową terminową oraz nie obowiązują go terminy wypowiedzenia.

#### **Ryzyko szkód wizerunkowych Spółki**

Skuteczność działalności LiveChat Software oraz zdolność do konkurowania na rynku jest w znacznej mierze związana z nieposzlakowaną opinią Spółki i oferowanych przez nią usług. Emitent dostrzega możliwość pojawienia się negatywnych informacji na temat jego produktów, które to mogą negatywnie oddziaływać na rozwój Grupy poprzez ograniczenie możliwości pozyskiwania nowych klientów, a tym samym wpływać na obniżenie wartości przychodów.

#### **Ryzyko w zakresie obciążeń publicznoprawnych działalności Emitenta**

Działalność LiveChat Software oraz zawierane przez Spółkę transakcje podlegają różnorodnym obciążeniom publicznoprawnym w różnych jurysdykcjach, w głównej mierze w Polsce, USA i na obszarze UE. Obciążenia te mają charakter podatków, a w obrocie zagranicznym z krajami innymi niż państwa UE – również ceł i tym podobnych opłat. Wyniki działalności Spółki są wobec tego w dużej mierze uzależnione od właściwej realizacji odpowiednich przepisów prawa podatkowego. Niewłaściwe stosowanie przepisów prawa podatkowego może wiązać się z nadmiernymi obciążeniami fiskalnymi lub z nieplanowanymi, dolegliwymi konsekwencjami w postaci dodatkowych



obciążeń odsetkowych lub mających charakter sankcji administracyjnych lub karnych, jakie mogą spotkać Emitenta w przypadku zaniżania (w tym niezawinionego) wysokości danin. Spółka musi liczyć się również z uciążliwościami związanymi z procedurami wymiaru powyższych opłat publicznoprawnych oraz kontroli przeprowadzanych przez uprawnione organy.

#### **Ryzyko związane ze znakiem towarowym**

Emitent postępuje się w obrocie nazwą „LiveChat” dla określenia oferowanych przez siebie produktów. Istnieje ryzyko używania przez konkurencję określeń mogących budzić skojarzenia z nazwą stosowaną przez Emitenta i tym samym wykorzystywania pozycji rynkowej Emitenta do sprzedaży produktów konkurencyjnych. Istnieje także ryzyko wystąpienia na rynku produktów o nazwach zbliżonych do nazwy wykorzystywanej przez Emitenta, których jakość będzie niższa od produktów Emitenta. W razie pomylenia przez docelowego odbiorcę obu produktów, ze względu na podobieństwo nazw, mogłoby dojść do szkody wizerunkowej po stronie Emitenta. Spółka zarejestrowała znak słowno-graficzny oraz „słowny” zawierający wyrażenie „LiveChat” jako znak towarowy w USA. Znak słowno-graficzny "LiveChat" został również zarejestrowany przez Urząd Patentowy RP.

#### **Ryzyko związane z ochroną własności intelektualnej Grupy oraz tajemnicy przedsiębiorstwa**

Działalność i pozycja konkurencyjna LiveChat Software jest uzależniona od zapewnienia całościowej ochrony unikalności rozwiązań technicznych Spółki. Grupa w ramach dostępnych instrumentów prawnych podejmuje działania służące ochronie własności intelektualnej Spółki.

#### **Ryzyko związane z naruszeniem praw autorskich do własności intelektualnej używanej przez Spółkę**

Naruszenie praw autorskich do programów komputerowych może nastąpić wskutek wykorzystania w ramach oferowanego programu do komunikacji internetowej całych programów lub ich części, do których prawa przysługują podmiotom trzecim. Powyższa okoliczność może wystąpić zarówno wskutek pierwotnego nieuprawnionego wykorzystania (także nieświadomego) programów podlegających ochronie prawnej, jak też wskutek następczego wygaśnięcia uprawnienia (np. wskutek wygaśnięcia lub wypowiedzenia licencji). Powyższe uwagi odnoszą się także do chronionych prawnie baz danych, wykorzystywanych w programowaniu. Należy zaznaczyć, iż powyższe ryzyko nie jest ryzykiem charakterystycznym wyłącznie dla Emitenta, ale dotyczy także szerokiej grupy podmiotów działających w tej samej co Emitent branży.

#### **Ryzyko związane z działalnością podmiotów wykorzystujących patenty do wymuszania odszkodowań (patent trolls)**

Emitent działa na rynku innowacyjnych technologii oraz rozwiązań informatycznych. Powyższy rynek stał się obiektem działań tzw. „trolli patentowych” – podmiotów nabywających patenty wyłącznie w celu dochodzenia odszkodowań za ich rzekome lub rzeczywiste naruszenie. Podmioty te nie wykorzystują patentów do ochrony swoich produktów, których najczęściej nie ma, tym samym wykorzystując system patentowy niezgodnie z jego przeznaczeniem, choć w granicach prawa. Powyższej sytuacji sprzyja specyfika amerykańskiego prawa patentowego, skłonnego przyznawać ochronę także rozwiązaniom o nikłym stopniu innowacyjności, które w europejskim systemie prawa mogłyby nie podlegać ochronie. Istnieje zatem ryzyko podniesienia w stosunku do Emitenta roszczeń w związku z rzekomym naruszeniem patentu. Powyższe może rodzić po stronie Spółki ewentualne koszty obrony lub wydatki związane z ugodą lub zapłatą żądanego odszkodowania. Należy zaznaczyć, iż powyższe ryzyko nie jest ryzykiem charakterystycznym wyłącznie dla Emitenta, ale dotyczy także szerokiej grupy podmiotów działających w obszarze nowych technologii.

#### **Ryzyko związane z tworzeniem własności intelektualnej**

Istnieje ryzyko związane z formą prawną, w oparciu o którą członkowie zespołu Spółki świadczą na rzecz Spółki usługi w zakresie związanym z tworzeniem własności intelektualnej. Na moment sporządzenia Raportu żaden z członków zespołu nie świadczy na rzecz Emitenta usług na podstawie umowy o pracę. To oznacza, że do efektów pracy tych osób nie stosuje się zasady wynikającej z przepisów prawa autorskiego, że pracodawca, którego pracownik stworzył utwór w wyniku wykonywania obowiązków ze stosunku pracy, nabywa z chwilą przyjęcia utworu autorskie prawa majątkowe, oraz że prawa majątkowe do programu komputerowego stworzonego przez pracownika w wyniku wykonywania obowiązków ze stosunku pracy przysługują pracodawcy. To oznacza, że przejście majątkowych praw autorskich do utworów (w tym programów komputerowych) stworzonych przez członków zespołu Spółki odbywa się na ogólnych zasadach wynikających z prawa autorskiego wymagających zawarcia stosownej umowy dotyczącej przeniesienia praw. Jednocześnie przepisy prawa autorskiego wykluczają

zawarcie umowy dotyczącej wszystkich utworów lub wszystkich utworów określonego rodzaju tego samego twórcy mających powstać w przyszłości. Jednakże doktryna prawa autorskiego i orzecznictwo dopuszcza przenoszenie praw do utworów mających powstać w przyszłości, jeżeli tylko nie narusza to zakazu zawierania umowy dotyczącej wszystkich utworów lub wszystkich utworów określonego rodzaju. W praktyce zatem w odniesieniu do współpracy z osobami tworzącymi utwory podlegające prawu autorskiemu występuje więc problem takiego sprecyzowania oznaczenia utworu przyszłego, aby umowa w tym zakresie była skuteczna. W przeciwnym razie w przypadku stworzenia przez członka zespołu Spółki utworu potrzebnego Emitentowi w jego działalności, co do którego to utworu nie zawarto uprzednio umowy, konieczne będzie zawieranie indywidualnej umowy z daną osobą, co jest zależne także od woli tej osoby, a co tym samym może rodzić potencjalny spór na gruncie praw autorskich do danego utworu.

### **Ryzyka prawa amerykańskiego oraz postępowań w USA i kosztów tych postępowań z uwagi na koncentrację prowadzenia działalności w USA**

Emitent uzyskuje przychody ze sprzedaży dokonywanej przez spółkę zależną LiveChat Inc. w USA. Prawo USA w znacznym stopniu nie ma charakteru prawa stanowionego zwłaszcza w zakresie dochodzenia roszczeń wynikających z umów i deliktów. W związku z powyższym nie można całkowicie wykluczyć skierowania przeciwko Emitentowi, a zwłaszcza LiveChat Inc. roszczenia na przykład związanego z nieprawidłowym działaniem systemu LiveChat. W przypadku przegrania takiej sprawy Emitent może być narażony na negatywne konsekwencje finansowe. Ponadto w świetle ustaw zabezpieczających obrót gospodarczy w USA nie można wykluczyć pozwania przez podmiot amerykański bezpośrednio także Emitenta z uznaniem jurysdykcji sądów USA i prawa amerykańskiego. Niezależnie od powyższego prowadzenie takich postępowań wiązać się może dla Emitenta ze znaczącymi kosztami.

### **Ryzyko ograniczenia lub wyłączenia odpowiedzialności kontrahentów z umów istotnych**

Spółka zależna Emitenta LiveChat Inc. jest stroną umów (zawieranych w drodze procedur internetowych) dotyczących hostingu, rozliczeń, bramki płatności, itp. Dostawcy tych usług w warunkach świadczenia usług dostępnych na ich stronach internetowych wyłączają swoją odpowiedzialność z tytułu nieprawidłowości w działaniu. W związku z czym w przypadku awarii lub innych zakłóceń istnieje ryzyko, że Emitent nie będzie miał możliwości dochodzenia roszczeń odszkodowawczych.

### **Ryzyko podatkowe związane z cenami transferowymi zwłaszcza na gruncie prawa amerykańskiego**

Przychody Emitenta pochodzą ze sprzedaży systemu LiveChat na rzecz spółki zależnej LiveChat Inc., która dalej sprzedaje go do końcowych klientów. Przyjęty model współpracy zakłada, że przychody LiveChat Inc. opodatkowane są w USA, a przychody Emitenta w Polsce. Model ten znajduje oparcie w obecnie obowiązującej umowie pomiędzy Polską a USA o unikaniu podwójnego opodatkowania. Nie można jednak wykluczyć, że władze podatkowe USA odmiennie potraktują tę kwestię. Przy przyjęciu, że Emitent posiada zakład, w rozumieniu podatkowym, w USA w skrajnej postaci całość przychodów Emitenta byłaby opodatkowana w USA. Jednak wcale nie jest przesądzone, że całkowite obciążenie podatkowe z tytułu opodatkowania przychodów Emitenta w USA byłoby znacząco wyższe niż to obecne. Jednocześnie w przypadku niekorzystnych rozstrzygnięć organów podatkowych istnieje możliwość odmiennego ukształtowania modelu sprzedaży, w sposób najbardziej odpowiedni także w kontekście opodatkowania.

### **Instrumenty finansowe w zakresie ryzyka zmiany cen, kredytowego, istotnych zakłóceń przepływów środków pieniężnych oraz utraty płynności finansowej, na jakie narażona jest jednostka**

Spółka nie stosuje instrumentów finansowych w celu ograniczenia powyższych ryzyk.

### **Przyjęte cele i metody zarządzania ryzykiem finansowym, łącznie z metodami zabezpieczenia istotnych rodzajów planowanych transakcji, dla których stosowana jest rachunkowość zabezpieczeń.**

Spółka nie stosuje rachunkowości zabezpieczeń.

### **Ryzyko związane z sytuacją makroekonomiczną**

Działalność Spółki uzależniona jest od sytuacji makroekonomicznej panującej na rynkach, na których są lub będą świadczone usługi, w tym przede wszystkim w Stanach Zjednoczonych. Wielkość realizowanej sprzedaży, a pośrednio wyniki finansowe Spółki są uzależnione między innymi od występującego w tych krajach tempa wzrostu



gospodarczego, poziomu konsumpcji, polityki fiskalnej i pieniężnej, poziomu inflacji, a także poziomu wydatków na rozwiązania informatyczne.

### **Ryzyko związane z rozwojem branży**

Globalny rynek SaaS znajduje się na etapie szybkiego rozwoju, co wiąże się z dynamicznymi zmianami usług i produktów dostępnych na rynku, a także wysoką zmiennością branżowych standardów. W związku z tym istnieje ryzyko, iż Spółka nie będzie w stanie dostosować się do szybkich zmian rynkowych, co może wiązać się z pogorszeniem jego pozycji konkurencyjnej oraz sytuacji finansowej. Ze względu na zewnętrzny charakter opisywanego zjawiska, Spółka nie jest w stanie aktywnie przeciwdziałać trendom panującym w branży SaaS. Jednocześnie LiveChat Software może skutecznie dostosowywać swój model biznesowy do panujących w branży trendów. Spółka prowadzi bieżącą obserwację i analizę rynków działalności, dopasowując ofertę oraz strategię rozwoju do oczekiwań użytkowników technologii oraz odkrytych nisz rynkowych, jednocześnie rozwijając opracowany produkt.

### **Ryzyko związane z dostępnością i pozyskaniem specjalistów**

Działalność Spółki oraz jej perspektywy rozwoju w dużej mierze są uzależnione od dostępności, wiedzy, doświadczenia osób współpracujących ze Spółką. Z uwagi na fakt, że branża informatyczna w Polsce rozwija się bardzo dynamicznie, dostępność wystarczającej liczby specjalistów z kompetencjami deweloperów jest ograniczona. Dodatkowo możliwości, jakie w efekcie pandemii COVID-19 otworzyły się w zakresie pracy zdalnej, powodują dodatkowo, że specjaliści z Polski są także poszukiwani przez firmy zagraniczne. Działalność Spółki i jej rozwój wymagają ciągłego prowadzenia procesów rekrutacyjnych i pozyskiwania nowych współpracowników. Ograniczone możliwości zatrudnienia lub wręcz ich brak może mieć wpływ na jakość i terminowość realizowanych prac przez Spółkę, a w konsekwencji na rozwój i wyniki finansowe Grupy.

### **Ryzyko związane z kluczowymi członkami zespołu**

Jednym z kluczowych zasobów Grupy, który ma przełożenie na rozwój Spółki i Grupy, jest zespół Spółki złożony zarówno z kadry zarządzającej oraz specjalistów współpracujących ze Spółką. Zmiana osób na stanowiskach zarządzających w wyniku czynników niezależnych od Spółki (takich jak wydarzenia losowe) lub zmiany będące wynikiem indywidualnych decyzji o rezygnacji z pełnionego stanowiska mogą wpłynąć na kierunek rozwoju Spółki, w tym także na jakość i terminowość realizowanych prac przez Spółkę, a w konsekwencji na rozwój i wyniki finansowe Grupy.

### 3. Sytuacja finansowa Grupy Kapitałowej LiveChat Software



### 3.1. Prezentacja wyników skonsolidowanych

| [PLN]  | H1 2021/22        | H1 2020/21        | Zmiana        |
|--|-------------------|-------------------|---------------|
| <b>Przychody ze sprzedaży</b>                    | 104 567 702       | 84 738 237        | +23,4%        |
| Koszt własny sprzedaży                           | 13 093 887        | 14 582 525        |               |
| <b>Zysk (strata) brutto ze sprzedaży</b>         | <b>91 473 815</b> | <b>70 155 712</b> |               |
| Koszty sprzedaży                                 | 19 478 351        | 14 961 830        |               |
| Koszty ogólnego zarządu                          | 8 199 054         | 5 447 605         |               |
| <b>Zysk (strata) ze sprzedaży</b>                | <b>63 796 411</b> | <b>49 746 277</b> |               |
| Pozostałe przychody operacyjne                   | 53 191            | 14 974            |               |
| Pozostałe koszty operacyjne                      | 6 202             | 70 520            |               |
| <b>Zysk (strata) na działalności operacyjnej</b> | <b>63 843 399</b> | <b>49 690 731</b> | <b>+28,5%</b> |
| Przychody finansowe                              | 185               | 4 378             |               |
| Koszty finansowe                                 | 16 674            | 38 986            |               |
| <b>Zysk (strata) przed opodatkowaniem</b>        | <b>63 826 910</b> | <b>49 656 123</b> |               |
| Podatek dochodowy                                | 4 532 816         | 3 216 959         |               |
| <b>Zysk (strata) netto</b>                       | <b>59 294 094</b> | <b>46 439 163</b> | <b>+27,7%</b> |

#### Komentarz dotyczący czynników mających wpływ na wyniki finansowe:

Zarówno w I półroczu bieżącego roku finansowego jak i w poprzednim roku finansowym Spółka rozpoznała efekt wykorzystania programu podatkowego IP Box.

## Sytuacja majątkowa – struktura aktywów i pasywów

aktywa

| [PLN]   | 30 września 2021 r. | 31 marca 2021 r.   | Zmiana       |
|---|---------------------|--------------------|--------------|
| <b>Aktywa trwałe</b>                            | <b>39 652 640</b>   | <b>37 168 459</b>  | <b>+6,7%</b> |
| Wartości niematerialne i prawne                 | 35 924 505          | 33 083 172         |              |
| Rzeczowe aktywa trwałe                          | 3 234 118           | 3 657 319          |              |
| Należności długoterminowe                       | 181 915             | 181 915            |              |
| Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego | 311 262             | 244 043            |              |
| Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe       | 840                 | 2 011              |              |
| <b>Aktywa obrotowe</b>                          | <b>80 790 819</b>   | <b>85 149 683</b>  | <b>-5,1%</b> |
| Zapasy  | -                   | --                 |              |
| Należności z tytułu dostaw i usług              | 1 509 489           | 802 439            |              |
| Środki pieniężne i ich ekwiwalenty              | 55 552 160          | 59 872 827         |              |
| Rozliczenia międzyokresowe                      | 362 989             | 108 648            |              |
| <b>Aktywa ogółem</b>                            | <b>120 443 458</b>  | <b>122 318 142</b> | <b>-1,5%</b> |

## Pasywa

| [PLN]   | 30 września 2021 r. | 31 marca 2021 r.   | Zmiana        |
|---|---------------------|--------------------|---------------|
| <b>Kapitał (fundusz) własny</b>                     | <b>94 074 923</b>   | <b>107 370 057</b> | <b>-12,4%</b> |
| Kapitał podstawowy                                  | 515 000             | 515 000            |               |
| Kapitał zapasowy                                    | 33 305 799          | 28 547 392         |               |
| Zysk (strata) netto roku obrotowego                 | 59 294 094          | 100 159 914        |               |
| Wyłacone zaliczki na dywidendę                      | 0                   | (22 917 500)       |               |
| <b>Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania</b>       | <b>26 368 535</b>   | <b>14 948 085</b>  | <b>+76,4%</b> |
| <b>Długoterminowe</b>                               | <b>1 144 903</b>    | <b>1 535 876</b>   |               |
| Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego    | 1 685               | 169                |               |
| <b>Krótkoterminowe</b>                              | <b>25 223 632</b>   | <b>13 412 209</b>  |               |
| Zobowiązania z tytułu dostaw i usług                | 9 014 460           | 6 821 486          |               |
| Zobowiązania z tytułu bieżącego podatku dochodowego | 15 061 315          | 5 482 501          |               |
| Pozostałe zobowiązania                              | 356 115             | 305 642            |               |
| <b>Pasywa ogółem</b>                                | <b>120 443 458</b>  | <b>122 318 142</b> | <b>-1,5%</b>  |

## Przepływy pieniężne

| [PLN]  | H1 2021/22         | H1 2020/21         | Zmiana        |
|--|--------------------|--------------------|---------------|
| Zysk (strata) przed opodatkowaniem   | 63 826 910         | 49 656 123         |               |
| Korekty razem:   | 13 100 166         | -1 652 256         |               |
| Amortyzacja  | 5 686 316          | 4 613 718          |               |
| <b>Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej</b>                  | <b>76 927 076</b>  | <b>48 003 867</b>  |               |
| Zbycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych             | 0                  | - 346 010          |               |
| Wydatki na nabycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych | -8 104 640         | -6 412 176         |               |
| <b>Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej</b>                | <b>-8 104 640</b>  | <b>-6 723 717</b>  |               |
| Dywidendy wypłacone  | -72 100 000        | -48 410 000        |               |
| <b>Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej</b>                   | <b>-72 503 326</b> | <b>-48 826 391</b> |               |
| <b>Przepływy pieniężne netto razem</b>                                       | <b>-3 680 889</b>  | <b>-7 546 241</b>  | -             |
| Środki pieniężne na początek okresu  | 59 233 049         | 38 681 765         |               |
| <b>Środki pieniężne na koniec okresu</b>                                     | <b>55 552 160</b>  | <b>31 135 523</b>  | <b>+78,4%</b> |

## Polityka dywidendy

Zgodnie z aktualną polityką dywidendy, opisaną w Prospekcie Emisyjnym Spółki, Zarząd LiveChat Software S.A. rekomenduje Walnemu Zgromadzeniu wypłatę maksymalnej części zysku za dany rok obrotowy w formie dywidendy, chyba że pojawią się okazje inwestycyjne, które zapewniłyby Spółce i akcjonariuszom wyższą stopę zwrotu niż wypłata dywidendy.

Zarząd, za zgodą Rady Nadzorczej, jest uprawniony do podejmowania decyzji w sprawie wypłaty zaliczek na poczet spodziewanej dywidendy.

## Opis istotnych pozycji pozabilansowych

Grupa nie posiada istotnych pozycji pozabilansowych.

## Prognoza finansowa Grupy

Zarząd Spółki nie opublikował prognoz finansowych na rok obrotowy 2021/22.

## Opis wykorzystania przez Emitenta wpływów z emisji

W okresie objętym niniejszym sprawozdaniem Spółka nie przeprowadziła emisji akcji.

## 3.2. Prezentacja wyników jednostkowych

| [PLN]  | H1 2021/22         | H1 2020/21        | Zmiana        |
|--|--------------------|-------------------|---------------|
| <b>Przychody ze sprzedaży</b>                    | <b>104 567 702</b> | <b>84 738 237</b> | <b>+23,4%</b> |
| Koszt własny sprzedaży                           | 14 029 015         | 11 732 540        |               |
| <b>Zysk (strata) brutto ze sprzedaży</b>         | <b>90 538 686</b>  | <b>73 005 696</b> |               |
| Koszty sprzedaży                                 | 19 661 594         | 15 115 713        |               |
| Koszty ogólnego zarządu                          | 8 237 026          | 5 477 901         |               |
| <b>Zysk (strata) ze sprzedaży</b>                | <b>62 640 066</b>  | <b>52 412 081</b> |               |
| Pozostałe przychody operacyjne                   | 53 190             | 14 973            |               |
| Pozostałe koszty operacyjne                      | 6 202              | 70 520            |               |
| <b>Zysk (strata) na działalności operacyjnej</b> | <b>62 687 055</b>  | <b>52 356 535</b> | <b>+19,7%</b> |
| Przychody finansowe                              | 918 644            | 4 377             |               |
| Koszty finansowe                                 | 0                  | 2 888 970         |               |
| <b>Zysk (strata) przed opodatkowaniem</b>        | <b>63 605 694</b>  | <b>49 471 942</b> |               |
| Podatek dochodowy                                | 4 532 815          | 3 216 959         |               |
| <b>Zysk (strata) netto</b>                       | <b>59 072 879</b>  | <b>46 254 983</b> | <b>+27,7%</b> |

### Komentarz dotyczący czynników mających wpływ na wyniki finansowe:

Zarówno w I półroczu bieżącego roku finansowego jak i w poprzednim roku finansowym Spółka rozpoznała efekt wykorzystania programu podatkowego IP Box.



## Sytuacja majątkowa – struktura aktywów i pasywów

### Aktywa

| [PLN]   | 30 września 2021 r. | 31 marca 2021 r.   | Zmiana       |
|---|---------------------|--------------------|--------------|
| <b>Aktywa trwałe</b>                            | <b>37 719 335</b>   | <b>34 831 828</b>  | <b>+8,3%</b> |
| Wartości niematerialne i prawne                 | 35 924 504          | 33 083 171         |              |
| Rzeczowe aktywa trwałe                          | 1 299 157           | 1 319 031          |              |
| Należności długoterminowe                       | 181 915             | 181 914            |              |
| Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego | 311 262             | 244 042            |              |
| Długoterminowe rozliczenia międzyokresowe       | 312 102             | 246 054            |              |
| <b>Aktywa obrotowe</b>                          | <b>78 364 564</b>   | <b>83 336 044</b>  | <b>-6,0%</b> |
| Zapasy  | 53 853              | 61 385             |              |
| Należności z tytułu dostaw i usług              | 3 992 889           | 1 445 110          |              |
| Środki pieniężne i ich ekwiwalenty              | 50 208 399          | 56 509 300         |              |
| Rozliczenia międzyokresowe                      | 362 988             | 108 648            |              |
| <b>Aktywa ogółem</b>                            | <b>116 083 899</b>  | <b>118 167 873</b> | <b>-1,8%</b> |

## Pasywa

| [PLN]  | 30 września 2021 r. | 31 marca 2021 r.   | Zmiana        |
|--|---------------------|--------------------|---------------|
| <b>Kapitał (fundusz) własny</b>                  | <b>92 893 678</b>   | <b>105 920 799</b> | <b>-12,3%</b> |
| Kapitał podstawowy                               | 515 000             | 515 000            |               |
| Kapitał zapasowy                                 | 33 305 799          | 28 547 391         |               |
| Zysk (strata) netto roku obrotowego              | 59 072 879          | 99 775 907         |               |
| Wyłacone zaliczki na dywidendę                   | 0                   | -22 917 500        |               |
| <b>Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania</b>    | <b>23 190 221</b>   | <b>12 247 073</b>  | <b>+89,4%</b> |
| Rezerwa z tytułu odroczonego podatku dochodowego | 1 684               | 169                |               |
| Długoterminowe                                   | 0                   | 0                  |               |
| Krótkoterminowe                                  | 19 401 402          | 9 087 505          |               |
| Rozliczenia międzyokresowe                       | 3 787 133           | 3 159 399          |               |
| <b>Pasywa ogółem</b>                             | <b>116 083 899</b>  | <b>118 167 873</b> | <b>-1,8%</b>  |

## Przepływy pieniężne

| [PLN]  | H1 2021/22         | H1 2020/21         | Zmiana        |
|--|--------------------|--------------------|---------------|
| Zysk (strata) netto  | 59 072 879         | 46 254 983         |               |
| Korekty razem:   | 14 830 860         | -719 415           |               |
| Amortyzacja  | 5 282 990          | 4 197 326          |               |
| <b>Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej</b>                  | <b>73 903 739</b>  | <b>45 535 568</b>  |               |
| Zbycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych             | 0                  | 33 906             |               |
| Wydatki na nabycie wartości niematerialnych oraz rzeczowych aktywów trwałych | 8 104 640          | 6 412 175          |               |
| <b>Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej</b>                | <b>-8 104 640</b>  | <b>-6 374 097</b>  |               |
| Dywidendy wypłacone  | 72 100 000         | 48 410 000         |               |
| <b>Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej</b>                   | <b>-72 100 000</b> | <b>-48 410 000</b> |               |
| <b>Przepływy pieniężne netto razem</b>                                       | <b>-6 300 901</b>  | <b>-9 248 529</b>  | <b>-</b>      |
| Środki pieniężne na początek okresu  | 56 509 301         | 37 106 835         |               |
| <b>Środki pieniężne na koniec okresu</b>                                     | <b>50 208 400</b>  | <b>27 858 305</b>  | <b>+80,2%</b> |

## 3.3. Informacje o akcjach i akcjonariacie

### Struktura kapitału zakładowego

Na dzień sporządzenia raportu na kapitał zakładowy Spółki składało się 25.750.000 (dwadzieścia pięć milionów siedemset pięćdziesiąt tysięcy) wyemitowanych i w pełni opłaconych akcji zwykłych na okaziciela w tym: 25.000.000 (dwadzieścia pięć milionów) akcji serii A i 750.000 (siedemset pięćdziesiąt tysięcy) akcji serii B. Wartość nominalna każdej akcji Spółki wynosi 0,02 (dwa grosze) zł.

### Zmiany w strukturze akcjonariatu

W I półroczu roku finansowego w strukturze akcjonariatu Spółki nie zaszły znaczące zmiany. Struktura akcjonariatu została zaprezentowana poniżej.

#### Struktura akcjonariatu\*

| Akcjonariusz   | Liczba akcji i głosów na WZ | Udział w głosach na WZ |
|--|-----------------------------|------------------------|
| Nationale-Nederlanden PTE  | 1 906 044                   | 7,40%                  |
| Aviva OFE Aviva Santander  | 1 590 680                   | 6,18%                  |
| <b>Porozumienie akcjonariuszy Podmiot dominujący, w tym powyżej 5 proc.:</b> | <b>10 790 022</b>           | <b>41,90%</b>          |
| Mariusz Cieply   | 3 366 250                   | 13,07%                 |
| Maciej Jarzębowski   | 2 366 250                   | 9,19%                  |
| Jakub Sitarz   | 3 010 000                   | 11,69%                 |
| <b>Pozostali</b>   | <b>11 463 254</b>           | <b>44,52%</b>          |
| <b>RAZEM</b>   | <b>25 750 000</b>           | <b>100,00%</b>         |

\*Niektórzy Akcjonariusze zawarli porozumienie co do wspólnego głosowania: **Porozumienie Akcjonariuszy Podmiot Dominujący**, które tworzą: Mariusz Cieply, Urszula Jarzębowska, Jakub Sitarz, Maciej Jarzębowski, Szymon Klimczak, Krzysztof Górski.

\*Stan na dzień zatwierdzenia raportu, zgodnie z otrzymanymi zawiadomieniami od akcjonariuszy i publicznie dostępnymi raportami dotyczącymi składu portfeli otwartych funduszy emerytalnych na koniec 2020 roku.

## 4. Władze Grupy Kapitałowej

### 4.1. Skład osobowy Zarządu Spółki

Na dzień sporządzenia sprawozdania Zarząd LiveChat Software S.A. był dwuosobowy a w jego skład wchodził:

| Imię i nazwisko     | Funkcja         |
|---------------------|-----------------|
| Mariusz Cieply      | Prezes Zarządu  |
| Urszula Jarzębowska | Członek Zarządu |

W trakcie I półrocza 2021/22 roku finansowego Zarząd pracował w powyższym składzie.

**Mariusz Cieply** jest jednym z założycieli i głównych akcjonariuszy spółki LiveChat Software. Funkcję Prezesa Zarządu pełni od 2010 r. Posiada wykształcenie wyższe (z tytułem magistra inżyniera informatyki), ukończył informatykę (specjalizacja: inżynieria systemów informatycznych) na Wydziale Elektroniki Politechniki Wrocławskiej we Wrocławiu. Jest też członkiem rad nadzorczych spółek Time Solutions sp. z o.o. oraz Brand24 S.A.

**Urszula Jarzębowska** od 2010 r. pełni funkcję Członka Zarządu LiveChat Software S.A. Ze Spółką jest związana od 2002 r. Posiada wykształcenie wyższe magisterskie, ukończyła Uniwersytet Ekonomiczny im. Oskara Langego we Wrocławiu na Wydziale Gospodarki Narodowej, gdzie pracę magisterską obroniła w Katedrze Rachunkowości i Controllingu Przedsiębiorstw. W trakcie pracy zawodowej ukończyła także studia podyplomowe na kierunku Controlling w Wyższej Szkole Bankowej we Wrocławiu oraz na kierunku Międzynarodowe Standardy Rachunkowości (MSR/MSSF) na Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie. Doświadczenie zbierała m.in. w firmach Bankier.pl oraz Internet Works.

### 4.2. Wysokość wynagrodzeń

Wynagrodzenie osób wchodzących w skład Zarządu LiveChat Software S.A. pobierane w okresie od 1 kwietnia 2021 r. do 30 września 2021 r. oraz w analogicznym okresie roku poprzedniego (z uwzględnieniem premii).

| Imię i nazwisko     | Stanowisko      | Wynagrodzenie za H1 2020/21 (w zł) | Wynagrodzenie za H1 2021/22 (w zł) |
|---------------------|-----------------|------------------------------------|------------------------------------|
| Mariusz Cieply      | Prezes Zarządu  | 589 377                            | 780 499                            |
| Urszula Jarzębowska | Członek Zarządu | 392 352                            | 516 932                            |
| <b>RAZEM</b>        | -               | <b>981 729</b>                     | <b>1 297 432</b>                   |

Członkowie Rady Nadzorczej w trakcie raportowanego okresu pobrali wynagrodzenia w łącznej kwocie 91 tys. zł brutto, a w analogicznym okresie poprzedniego roku finansowego członkowie nie otrzymali wynagrodzenia.

### 4.3. Skład osobowy Rady Nadzorczej Spółki

Na dzień publikacji niniejszego raportu oraz na dzień 30 września 2021 r. skład Rady Nadzorczej LiveChat Software S.A. wyglądał następująco:

| Imię i nazwisko    | Funkcja                            |
|--------------------|------------------------------------|
| Maciej Jarzębowski | Przewodniczący Rady Nadzorczej     |
| Jakub Sitarz       | Wiceprzewodniczący Rady Nadzorczej |
| Marcin Mańdziak    | Członek Rady Nadzorczej            |
| Marta Ciepła       | Członek Rady Nadzorczej            |
| Marzena Czapaluk   | Członek Rady Nadzorczej            |

Kadencja obecnej Rady Nadzorczej rozpoczęła się w dniu 18 sierpnia 2021 roku, kiedy Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki w związku z zakończeniem kadencji poprzedniej Rady Nadzorczej dokonało wyboru składu Rady Nadzorczej nowej trzyletniej kadencji.

**Maciej Jarzębowski** studiował Zarządzanie i Organizację przedsiębiorstw na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Wrocławskiego. Ponadto jest założycielem takich spółek jak: Bankier.pl S.A., Internet Works Sp. z o.o. oraz LiveChat Software S.A., w których pełnił funkcję Prezesa Zarządu lub członka Rad Nadzorczych. Przed wprowadzeniem LiveChat Software S.A. na rynek główny pozyskał inwestora strategicznego dla LiveChat Software Sp. z o.o. w postaci firmy GG Networks S.A. oraz uczestniczył w procesie wprowadzania spółki Venture Inc S.A. na rynek NewConnect, a następnie na rynek regulowany GPW.

**Jakub Sitarz** posiada wykształcenie wyższe magisterskie. Ukończył Informatykę na Wydziale Elektroniki Politechniki Wrocławskiej we Wrocławiu. Pełni funkcję kluczowego doradcy do spraw technologii.

**Marcin Mańdziak** posiada wykształcenie wyższe magisterskie. Jest absolwentem Prawa na Wydziale Prawa Administracji i Ekonomii Uniwersytetu Wrocławskiego. Od 10 lat związany z rynkiem kapitałowym. Był współtwórcą oraz długoletnim wiceprezesem zarządu M.W. Trade S.A., która jako pierwsza przeniosła notowania z rynku Newconnect na rynek główny GPW. Od 2013 roku prezes i główny akcjonariusz EFM S.A. Jednocześnie prowadzi firmę Arandela Marcin Mandziak, świadczącą usługi doradcze. Członek Rady Nadzorczej Venture Incubator S.A.

Marcin Mańdziak spełnia kryteria niezależnego Członka Rady Nadzorczej.

**Marta Ciepła** jest absolwentką Uniwersytetu Przyrodniczego we Wrocławiu oraz studiów podyplomowych z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi. Od ponad dziesięciu lat związana rynkiem IT w zakresie rekrutacji i selekcji kadry IT. HR manager odpowiedzialny za doradztwo w zakresie budowania zespołów poszczególnych działów spółki.

**Pani Marzena Czapaluk** jest absolwentką Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu. Ma też 20-letnie doświadczenie jako dyrektor finansowy (CFO) zdobyte m.in. w spółce eobuwie.pl S.A. Obecnie pełni funkcję dyrektora finansowego Grupy MKK3 Sp. z o.o. Prowadzi też działalność coachingową i mentoringową. Jest członkiem - założycielem Stowarzyszenia Dyrektorów Finansowych FINEXA. Uzyskała m.in. tytuł FCCA przyznany przez Association of Chartered Certified Accountants (certyfikat z zakresu finansów I księgowości). Ukończyła program Advanced Executive Education w Strategic Leadership Academy realizowany przez ICAN Institute. Marzena Czapaluk spełnia kryteria niezależnego Członka Rady Nadzorczej.

## 4.4. Akcje w posiadaniu osób zarządzających i nadzoru

Poniższa tabelka przedstawia liczbę akcji będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących na dzień przekazania niniejszego sprawozdania.

| Imię i nazwisko     | Stanowisko              | Liczba akcji |
|---------------------|-------------------------|--------------|
| Mariusz Ciepły      | Prezes Zarządu          | 3 366 250    |
| Urszula Jarzębowska | Członek Zarządu         | 1 210 250    |
| Maciej Jarzębowski  | Członek Rady Nadzorczej | 2 366 259    |
| Marcin Mańdziak     | Członek Rady Nadzorczej | 2 538        |
| Jakub Sitarz        | Członek Rady Nadzorczej | 3 010 000    |

## 4.5. Pozostałe informacje

**Ocena, wraz z jej uzasadnieniem, dotycząca zarządzania zasobami finansowymi, ze szczególnym uwzględnieniem zdolności wywiązywania się z zaciągniętych zobowiązań, oraz określenie ewentualnych zagrożeń i działań, jakie emitent podjął lub zamierza podjąć w celu przeciwdziałania tym zagrożeniom.**

Ryzykiem w tym obszarze zarządza bezpośrednio Zarząd. W jego ocenie wysoka płynność Spółki i brak znaczących zobowiązań znacząco minimalizują ryzyko utraty płynności i inne ryzyka związane z zarządzaniem zasobami finansowymi.

**Ocena możliwości realizacji zamierzeń inwestycyjnych, w tym inwestycji kapitałowych, w porównaniu do wielkości posiadanych środków, z uwzględnieniem możliwych zmian w strukturze finansowania tej działalności.**

Bieżące inwestycje są prowadzone głównie w zakresie rozwijania produktu i są finansowane ze środków własnych. Zarząd obecnie nie przewiduje innych inwestycji oraz zmiany w strukturze finansowania.

**Ocena czynników i nietypowych zdarzeń mających wpływ na wynik z działalności za rok obrotowy, z określeniem stopnia wpływu tych czynników lub nietypowych zdarzeń na osiągnięty wynik.**

Na wynik I półrocza roku finansowego 2021/22 nie miały wpływu czynniki i zdarzenia nietypowe.

**Zmiany w podstawowych zasadach zarządzania przedsiębiorstwem emitenta i jego grupą kapitałową.**

Nie wystąpiły tego rodzaju zmiany.

**Wszelkie umowy zawarte między emitentem a osobami zarządzającymi, przewidujące rekompensatę w przypadku ich rezygnacji lub zwolnienia z zajmowanego stanowiska bez ważnej przyczyny lub gdy ich odwołanie lub zwolnienie następuje z powodu połączenia emitenta przez przejęcie.**

Spółka nie ma tego rodzaju umów.

## Informacje o systemie kontroli programów akcji pracowniczych.

Nie dotyczy.

### Firma audytorska

W dniu 25 czerwca 2021 r. Rada Nadzorcza podjęła uchwałę w sprawie ponownego wyboru i przedłużenia umowy z firmą audytorską Grant Thornton Polska Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Sp.k. na wykonanie badania ustawowego sprawozdań finansowych LIVECHAT Software S.A. w okresie od 01.04.2021 roku do 31.03.2023 roku oraz wykonanie badania ustawowego skonsolidowanych sprawozdań finansowych Grupy Kapitałowej LIVECHAT Software w okresie od 01.04.2021 roku do 31.03.2023 roku, a także badania dobrowolnego sprawozdań finansowych śródrocznych LIVECHAT Software S.A. w okresie od 01.04.2021 roku do 31.03.2023 roku oraz przeglądu śródrocznych skonsolidowanych sprawozdań finansowych Grupy Kapitałowej LIVECHAT Software w okresie od 01.04.2021 roku do 31.03.2023 roku.

### Opis prowadzonych postępowań sądowych i administracyjnych

W okresie sprawozdawczym Grupa nie była stroną żadnych postępowań sądowych i administracyjnych.

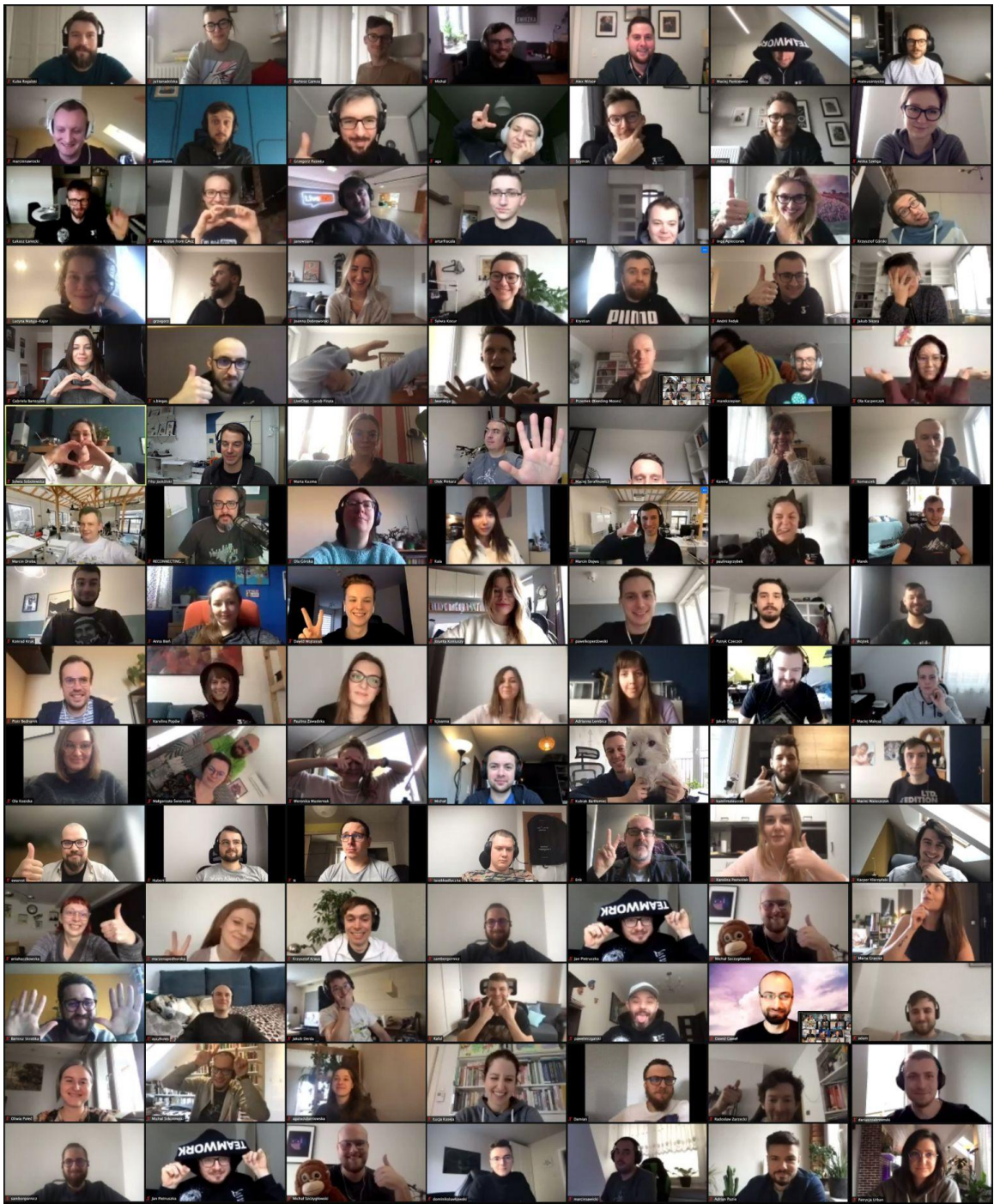
### Zagadnienia dotyczące środowiska naturalnego

Brak jest zagadnień i wymogów związanych z ochroną środowiska, które mogą mieć istotny wpływ na działalność Grupy Kapitałowej.

### Informacja o zatrudnieniu

Na koniec I półrocza 2021/2022 roku finansowego Spółka współpracowała na stałe z 221 osobami wobec 185 osób rok wcześniej. Najliczniejszą grupą są zespoły produktowe składające się głównie z programistów oraz dział obsługi klienta, pracujący w modelu 24/7. Dużym zespołem jest dział marketingu, a także zespół administratorów zarządzających infrastrukturą IT. W strukturze Spółki funkcjonują także zespoły: m.in. sprzedażowy, finansów i administracji czy prawny, a także relacji inwestorskich. W dwuosobowym Zarządzie zasiadają osoby od wielu lat pracujące nad projektem LiveChat. Bezpośrednio do Zarządu raportują tzw. CXO (dyrektorzy). Obecnie jest to osiem osób, od wielu lat związanych ze Spółką.





**LiveChat Team**



## 5. Oświadczenia

Wrocław, 24 listopada 2021 r.

Niniejsze Sprawozdanie Zarządu za okres sześciu miesięcy zakończonych w dniu 30 września 2021 roku, a także jednostkowe sprawozdanie finansowe LiveChat Software S.A. oraz skonsolidowane sprawozdanie finansowe za okres sześć miesięcy zakończonych w dniu 30 września 2021 roku, zostały zatwierdzone do publikacji w dniu 23 listopada 2021 r.



Prezes Zarządu Mariusz Ciepły



Członek Zarządu Urszula Jarzębowska



Dyrektor Finansowy Joanna Alwin

Wrocław, 24 listopada 2021 r.

**Oświadczenie Zarządu w sprawie rzetelności sporządzenia skonsolidowanego sprawozdania finansowego grupy kapitałowej LiveChat Software za okres sześciu miesięcy zakończonych w dniu 30 września 2021 roku**

Zarząd LiveChat Software S.A. oświadcza, iż wedle jego najlepszej wiedzy, skonsolidowane sprawozdanie finansowe Grupy LiveChat Software za okres sześciu miesięcy zakończonych w dniu 30 września 2021 roku oraz dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości.

Zarząd oświadcza także, iż zaprezentowane dane odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Grupy oraz jej wynik finansowy. Sprawozdanie z działalności Grupy zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Spółki, w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń.



Prezes Zarządu Mariusz Ciepły



Członek Zarządu Urszula Jarzębowska



Dyrektor Finansowy Joanna Alwin

Wrocław, 24 listopada 2021 r.

**Oświadczenie Zarządu w sprawie rzetelności sporządzenia jednostkowego sprawozdania finansowego LiveChat Software S.A. za okres sześciu miesięcy zakończonych w dniu 30 września 2021 roku**

Zarząd LiveChat Software S.A. oświadcza, iż wedle jego najlepszej wiedzy, jednostkowe sprawozdanie finansowe LiveChat Software S.A. za okres sześciu miesięcy zakończonych w dniu 30 września 2021 roku oraz dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości.

Zarząd oświadcza także, iż zaprezentowane dane odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Spółki oraz jej wynik finansowy. Sprawozdanie z działalności Spółki zawiera prawdziwy obraz rozwoju i osiągnięć oraz sytuacji Spółki, w tym opis podstawowych ryzyk i zagrożeń.



Prezes Zarządu Mariusz Ciepły



Członek Zarządu Urszula Jarzębowska



Dyrektor Finansowy Joanna Alwin