

BRAND24

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

DATA PUBLIKACJI – 14 sierpnia 2020 roku

WROCŁAW



BRAND 24 - PODSUMOWANIE

3 091

liczba aktywnych klientów
na koniec Q2 2020

14.5 mln PLN

skonsolidowane przychody
z ostatnich 12 miesięcy (LTM)

Monitoring
Newsletterów

pierwszy na świecie w narzędziach
do monitoringu mediów

65%

przychodów od klientów zagranicznych
(Czerwiec 2020)

0.6 mln zł

skonsolidowana EBITDA
(Q2 2020)

123

krajów, w których mamy klientów

SPIS TREŚCI

1	WYBRANE DANE FINANSOWE	str. 4-6	5	INFORMACJE KORPORACYJNE	str. 24-30
				Akcje i akcjonariat	
				Struktura kapitału zakładowego	
				Struktura akcjonariatu	
				Program motywacyjny	
				Akcje w obrocie na NewConnect	
				Władze	
				Zarząd	
				Rada Nadzorcza	
2	DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24	str. 7-13	6	POZOSTAŁE INFORMACJE	str. 31-32
	Informacja nt. Grupy Kapitałowej Brand 24			Zasady sporządzenia sprawozdań finansowych	
	Działalność Grupy Kapitałowej Brand 24			Postępowania przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej	
	Model biznesowy – oferta produktowa			Informacja o zatrudnieniu	
	Odbiorcy usług			Osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju	
	Najważniejsze wydarzenia w II kwartale 2020 roku oraz do dnia sporządzenia sprawozdania				
	Obszar finansowy				
	Umowy finansowe				
	Emisje papierów wartościowych				
	Inwestycje				
3	SYTUACJA FINANSOWA	str. 14-21			
	Omówienie danych operacyjnych				
	Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa				
4	STRATEGIA	str. 22-23			
	Strategia Grupy Kapitałowej Brand 24				



Wybrane

**DANE
FINANSOWE**

1. Wybrane skonsolidowane dane finansowe Grupy Kapitałowej Brand 24

Pozycja	w tys. PLN		w tys. EUR	
	Q2 2020	Q2 2019	Q2 2020	Q2 2019
Przychody ze sprzedaży	3 324	4 078	741	953
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	1 729	2 380	385	556
EBITDA	593	604	132	141
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	(41)	14	(9)	3
Zysk (strata) netto	(147)	(14)	(33)	(3)
	30.06.2020	31.12.2019	30.06.2020	31.12.2019
Aktywa razem	11 050	11 226	2 474	2 636
Aktywa obrotowe	1 962	1 726	439	405
Kapitał własny	3 772	1 699	845	399
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	7 278	9 527	1 630	2 237
Zobowiązania długoterminowe	2 904	3 557	650	835

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

- kurs obowiązujący w dniu 30 czerwca 2020 roku 1 EUR = 4,4660 PLN
- kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2019 roku 1 EUR = 4,2585 PLN

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

- w okresie od 1 kwietnia do 30 czerwca 2020 roku 1 EUR = 4,4862 PLN
- w okresie od 1 kwietnia do 30 czerwca 2019 roku 1 EUR = 4,2782 PLN

1. Wybrane jednostkowe dane finansowe Brand 24 S.A.

Pozycja	w tys. PLN		w tys. EUR	
	Q2 2020	Q2 2019	Q2 2020	Q2 2019
Przychody ze sprzedaży	3 155	3 971	703	928
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	1 560	2 272	348	531
EBITDA	531	609	118	142
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	(103)	19	(23)	4
Zysk (strata) netto	(179)	(8)	(40)	(2)
	30.06.2020	31.12.2019	30.06.2020	31.12.2019
Aktywa razem	11 151	11 289	2 497	2 651
Aktywa obrotowe	2 086	1 793	467	421
Kapitał własny	3 846	1 780	861	418
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	7 305	9 509	1 636	2 233
Zobowiązania długoterminowe	2 904	3 557	650	835

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

- kurs obowiązujący w dniu 30 czerwca 2020 roku 1 EUR = 4,4660 PLN
- kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2019 roku 1 EUR = 4,2585 PLN

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

- w okresie od 1 kwietnia do 30 czerwca 2020 roku 1 EUR = 4,4862 PLN
- w okresie od 1 kwietnia do 30 czerwca 2019 roku 1 EUR = 4,2782 PLN

DZIAŁALNOŚĆ GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24



Informacja nt. Grupy Kapitałowej Brand 24



Obszar operacyjny

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



Obszar finansowy

- umowy finansowe
- emisje papierów wartościowych
- inwestycje

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

Działalność Grupy Kapitałowej Brand 24

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

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

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

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

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



Rozwiązanie Brand24

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

Oprogramowanie Brand24 zgodnie z kryteriami zdefiniowanymi przez użytkownika zbiera i wstępnie analizuje publiczne wzmianki na temat marek, produktów oraz ogólnie poruszanych tematów zawierających monitorowane słowa kluczowe. Oprogramowanie dostępne jest w wersji web (za pośrednictwem przeglądarki internetowej) oraz w formie aplikacji mobilnej na urządzenia z systemem Android oraz iOS.

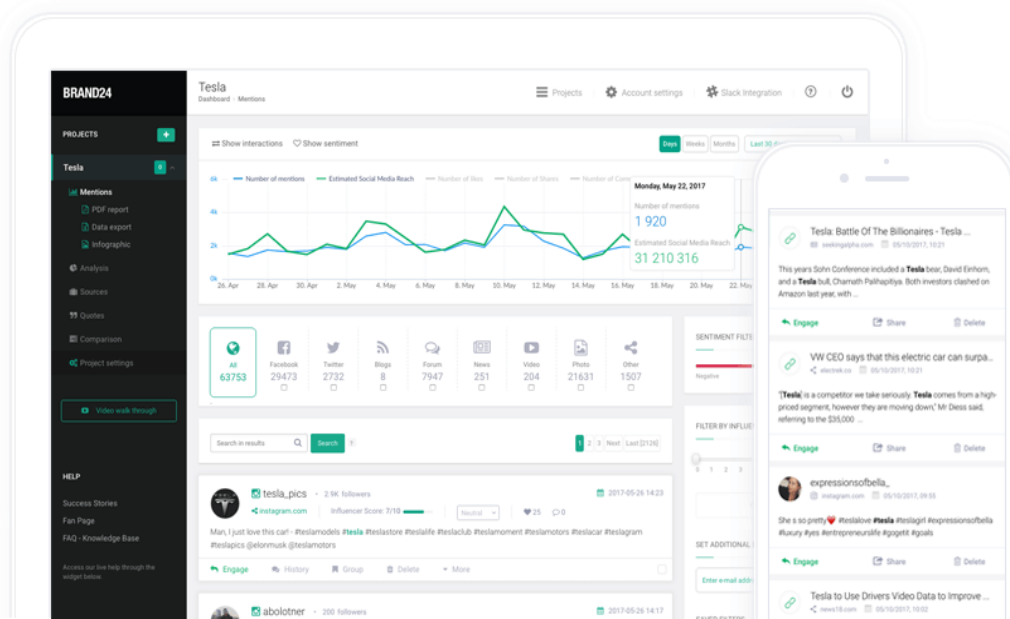
Oprogramowanie Brand24 pozwala użytkownikowi na:

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

Funkcjonalności dostępne w Brand24 wspierają zarządzanie marką w Internecie poprzez:

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

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

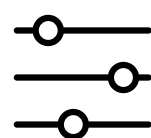


Technologia

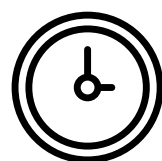
Technologia wykorzystywana przez Grupę została stworzona wewnątrz przez zespół założycieli i pracowników Spółki. Technologia ta jest cały czas rozwijana a jej cechami charakterystycznymi są:

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

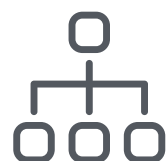
Oprogramowanie dostarczane jest w formie SaaS (ang. Software as a Service) w chmurze publicznej w kilku wariantach abonamentowych w wersjach dedykowanych rynkowi polskiemu oraz wersji globalnej.



łatwa skalowalność



oszczędność zasobów



korzyści skali wpływające na jakość produktu

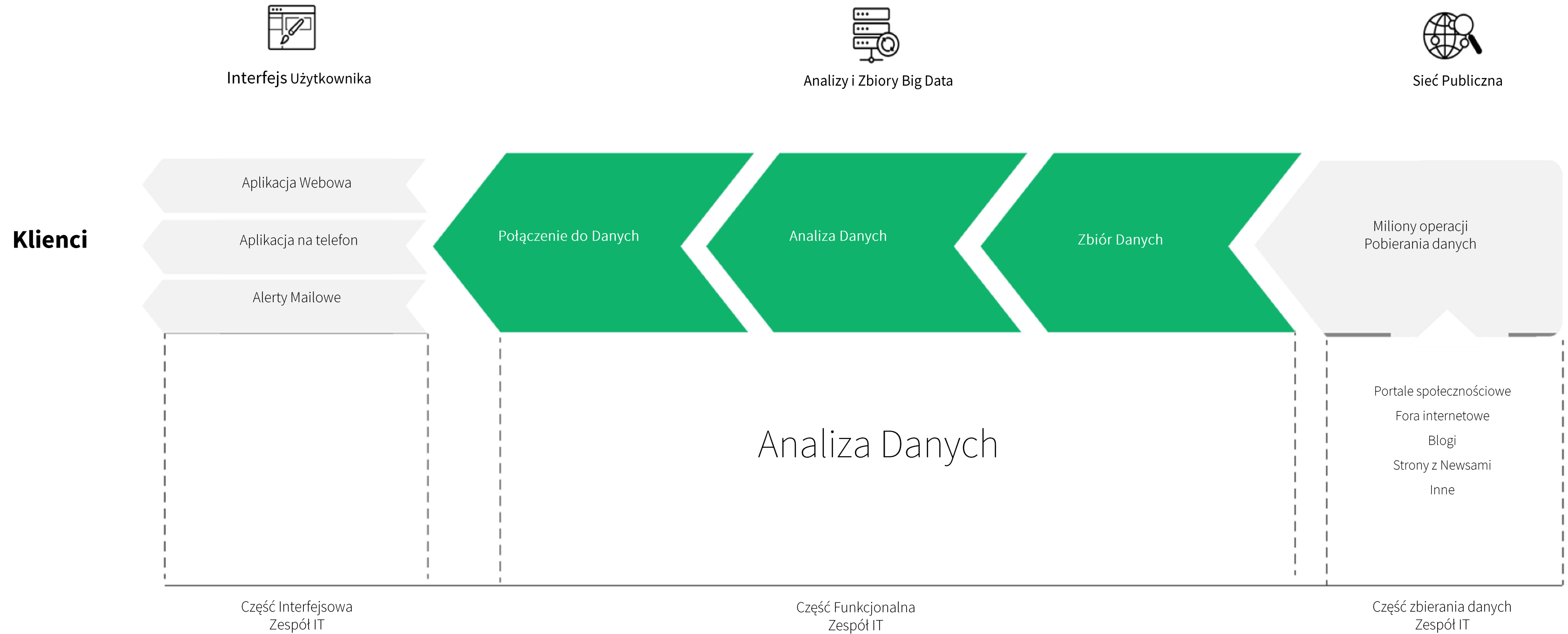
Model SaaS

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

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

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

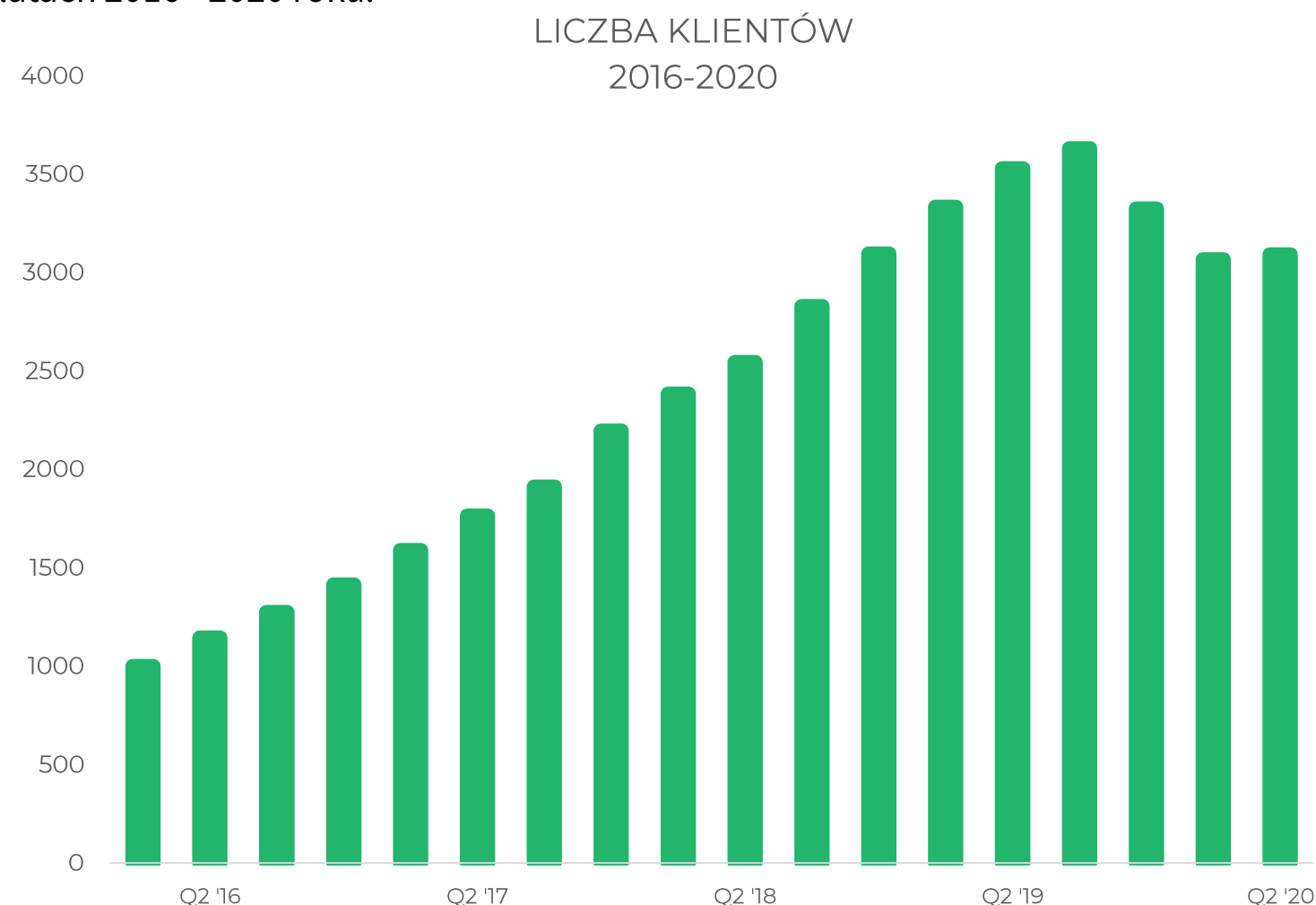
- oszczędności na kosztach sprzętu, infrastruktury, wsparcia i serwisu,
- uproszczenie procesu implementacji aplikacji (krótki czas wdrożenia oraz marginalne koszty implementacji) – dotyczy to również aktualizacji oprogramowania do najnowszej wersji, która najczęściej wykonywana jest przez dostawcę automatycznie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



2. Działalność Grupy Kapitałowej Brand 24 / Odbiorcy usług

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

Poniżej zaprezentowano informację nt. liczby klientów korzystających z rozwiązania Brand24 wyrażonej przez liczbę aktywnych kont na koniec poszczególnych kwartałów w latach 2016 - 2020 roku.

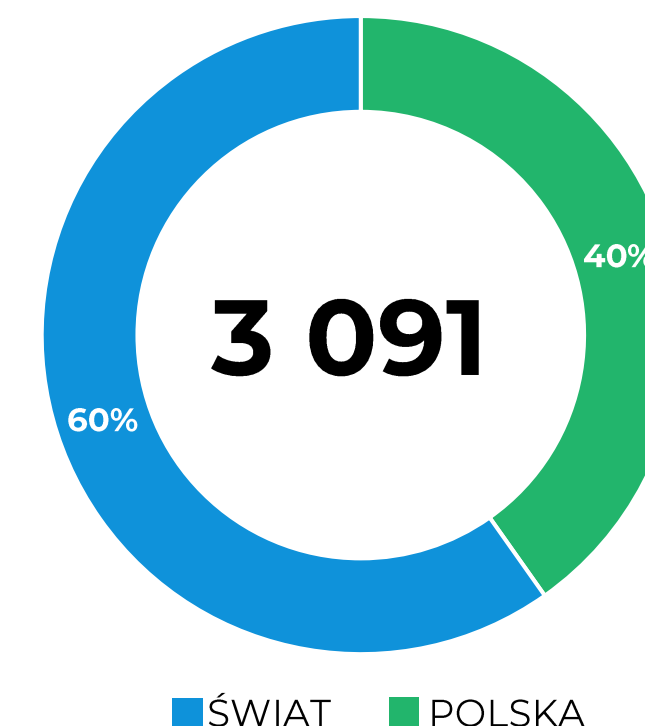


Większość klientów Grupy Brand 24 wykorzystuje oprogramowanie na potrzeby własne. W pozostałym zakresie klienci korzystający z rozwiązania Brand24 to agencje (interaktywne, SEM/SEO, PR, domy mediowe), wykorzystujące oprogramowanie przy projektach wykonywanych na rzecz podmiotów trzecich. Grupa Brand 24 monitoruje dziesiątki tysięcy słów kluczowych dla klientów pochodzących z ponad 120 krajów, m.in. z USA, Wielkiej Brytanii, Polski, Indonezji, Włoch, Bułgarii, Kanady, Singapuru, Emiratów Arabskich oraz Australii. W gronie użytkowników narzędzia Brand 24 znajdują się takie marki jak Intel, Carlsberg, IKEA, H&M, Vichy, GlaxoSmithKleine, czy Credit Agricole.

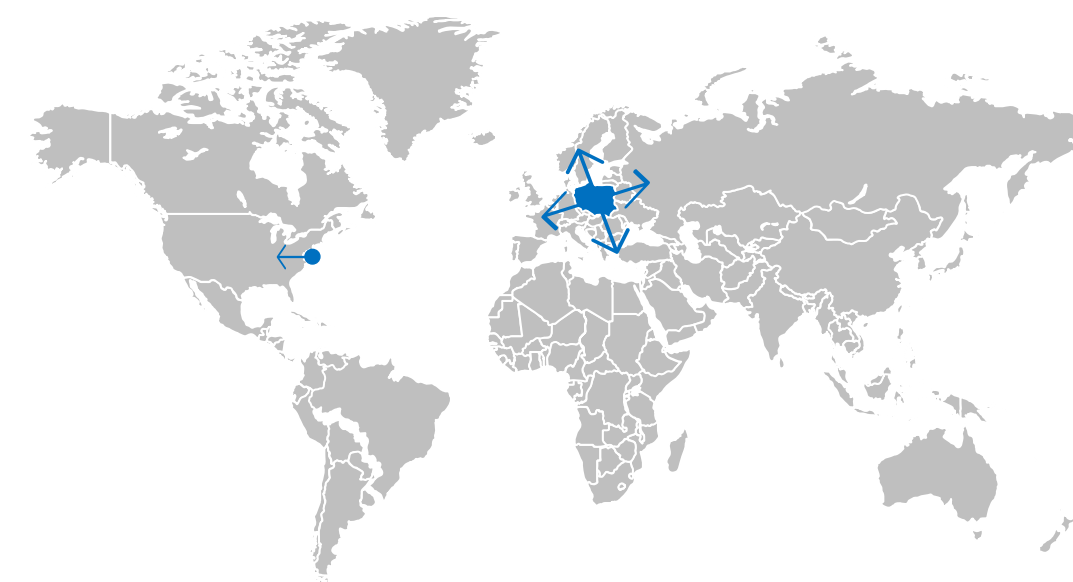
Ekspansja zagraniczna rozpoczęła się wraz z uruchomieniem globalnej wersji narzędzia Brand24 w 2015 roku. Od tego momentu dynamicznie przybywa klientów korzystających z narzędzia poza granicami Polski.

Poniżej przedstawiono strukturę geograficzną klientów Grupy Brand 24 według stanu na koniec II kwartału 2020 roku.

PODZIAŁ LICZBY KLIENTÓW



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



Zdarzenia operacyjne

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

- **Monitoring Newsletterów**

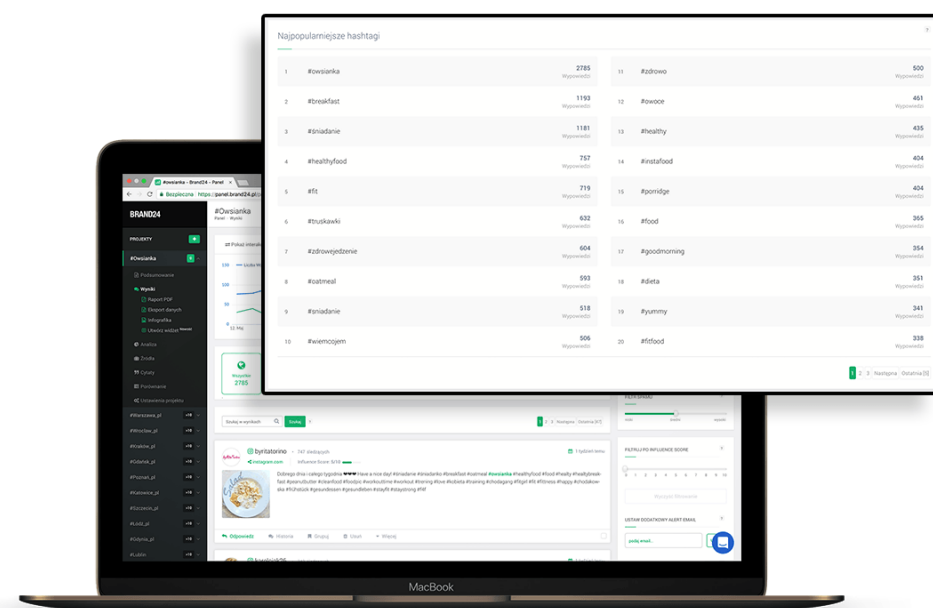
Pierwszy na świecie monitoring marki w treściach popularnych newsletterów. Unikalna nowość, której nie oferują konkurencyjne narzędzia monitoringu mediów.

- **Rozbudowa monitoringu FB i Instagram**

Poszerzenie monitoringu FB o mechanizm śledzenia publicznych facebook pages, mechanizm agregowania treści wideo z FB oraz mechanizm kolekcjonowania recenzji zgromadzonych na stronach tej platformy (FB reviews).

- **Non social media reach**

Przełom w pomiarze zasięgu dotarcia dyskusji na temat wybranej marki. Do tej pory narzędzia monitoringu mediów mierzyły zasięgi social media (zasięgi dla treści na platformach takich jak Instagram lub Twitter). Od dziś mierzymy także zasięgi dyskusji poza mediami społecznościowymi, co pozwala znacznie skuteczniej mierzyć efekty PR/marketingu, oraz błyskawicznie wyłapywać potencjalne kryzysy wizerunku.



Inne istotne wydarzenia

W II kwartale 2020 roku spółka pozyskała 2.7 mln PLN z emisji nowych akcji.

Poza opisanymi powyżej zdarzeniami operacyjnymi w okresie sprawozdawczym nie miały miejsca inne istotne wydarzenia, które dotyczyłyby Grupy Kapitałowej Brand24.

W dniu 29 kwietnia 2020 roku odbyło się Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy. Szczegóły spraw poruszanych na tym Walnym Zgromadzeniu opisane są w dalszej części raportu w sekcji „Akcje i Akcjonariat”.

W okresie sprawozdawczym miała miejsce rezygnacja Pana Macieja Małysza z pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej Spółki ze skutkiem na dzień 22 maja 2020 roku.

Umowy finansowe

Grupa w trakcie okresu sprawozdawczego dysponowała jednorocznym kredytem w rachunku bieżącym udzielonym Emitentowi przez Alior Bank S.A. Termin zakończenia umowy kredytowej przypada na dzień 4 listopada 2020 roku. Na dzień 30 czerwca 2020 roku wysokość limitu kredytowego wynosiła 700 tys. zł. Limit jest zmniejszany zgodnie z harmonogramem – o 50 tys. zł co miesiąc od lipca do września i co 200 tys. zł od października do listopada. Na dzień publikacji sprawozdania zadłużenie wynosi 27 tys. zł.

Grupa dysponuje również kredytem w rachunku bieżącym do kwoty 400 tys. zł udzielonym Brand 24 S.A. przez ING Bank Śląski z terminem zakończenia umowy na dzień 4 września 2020 roku. Wykorzystanie tego kredytu na dzień sporządzenia niniejszego raportu wynosi 294 tys. zł.

Dodatkowo Grupa posiada dodatkowe finansowanie w ramach umowy z Uncapped LTD. Spłata jest uzależniona od generowanych przychodów Grupy. Na dzień sporządzenia niniejszego raportu kwota finansowania to 116 tys. EUR.

W dniu 7 kwietnia 2020 roku Emitent zawarł z LARQ Growth Fund i FIZ umowę pożyczki na kwotę 600 tys. zł, z oprocentowaniem w wysokości WIBOR3M + marża 2,5% w skali roku, do dnia 31 maja 2020 roku, w celu sfinansowania uzasadnionych wydatków finansowych Spółki. Pożyczka wraz z odsetkami została spłacona w dacie 31 maja 2020 roku.

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

Emisje papierów wartościowych

W II kwartale 2020 roku doszło do podwyższenia kapitału zakładowego o emisję akcji serii J. Szczegóły Emisji opisane są w dalszej części raportu w sekcji „Akcje i Akcjonariat”.

oraz do dnia sporządzenia sprawozdania

Inwestycje

W II kwartale 2020 roku poniesione zostały nakłady inwestycyjne na prace rozwojowe nad produktem w wysokości 450 tys. zł. Grupa stale rozwija swój produkt, tak aby sprostać potrzebom klientów i utrzymać konkurencyjność na rynku.

Plany Produktowe i Operacyjne

Poniżej przedstawiono najważniejsze plany produktowe oraz operacyjne nad którymi obecnie pracuje Grupa:

- Produkt**

Nowa, responsywna wersja aplikacji web Brand24. Grupa przygotowuje nowy panel Brand24, który umożliwi wygodną pracę nie tylko na urządzeniach mobilnych, ale przyniesie udogodnienia dla średnich i dużych firm korzystających z monitoringu. Pojawią się różne widoki panelu dla klienta, w zależności od jego potrzeb. Dzięki temu, zaawansowane funkcje pozostaną do dyspozycji pro-userów, ale jednocześnie nie będą przytłaczać użytkowników reprezentujących mniejsze podmioty.

Nowe metryki, które przyniosą rewolucję w ocenie dyskusji na temat marki w sieci. W Brand24 pojawią się jakościowe metryki odpowiadające na pytanie: jak dobrze odbierana jest marka w sieci oraz jak wypada na tle innych marek.

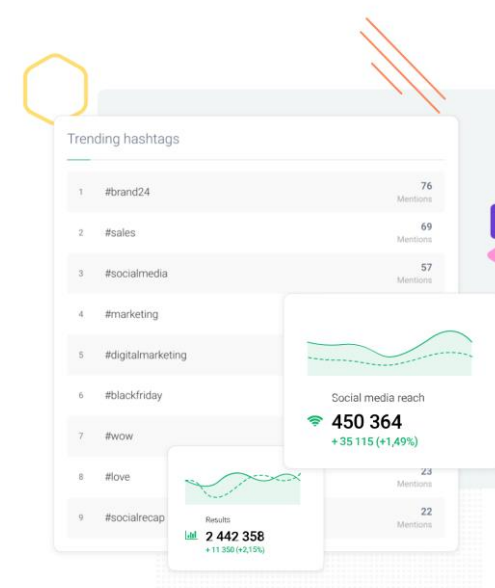
- Marketing**

Grupa coraz mocniej inwestuje w content marketing, który jest źródłem 50% odwiedzin i 30% rejestracji na platformie Brand24. Powstają nowe projekty contentowe oraz rozbudowywany jest wewnętrzny dział SEO.

- Sprzedaż**

Grupa wprowadziła nowy model komunikacji sprzedażowej, który zwiększył konwersje z kont testowych na sprzedaż. Kolejne miesiące to dalsza inwestycja w nowe ścieżki komunikacji z klientem, dzięki którym Spółka planuje systematycznie podnosić ilość leadów przekonwertowanych na płatnych klientów.

The screenshot displays the Brand24 monitoring interface. On the left, a dark sidebar lists projects for Mercedes Benz (120 new mentions) and Aston Martin (1689 new mentions), along with data export options like PDF Reports and Infographic. The main area shows a feed of social media mentions. Two tweets are visible: one from Robert Lewandowski (Positive sentiment) and one from Netguru Polska (Positive sentiment), both mentioning '165 Content Marketing Tools'. A third mention from Brand24 (Neutral sentiment) is partially visible. On the right, there are filters for 'Show sentiment' with a line graph, 'Importance' (Important Mentions vs All Mentions), 'Sources' (Twitter, Audio, Blogs, Forums, Web, Images, Videos, News), and 'Sentiment' (Positive, Negative, Neutral, Undefined). A location search bar is also present.



This screenshot shows the 'Mercedes Benz' mentions feed. It features a search bar and a list of mentions. A tweet from Robert Lewandowski is highlighted, showing a positive sentiment and a link to '165 Content Marketing Tools'. The interface includes 'Engage now' and 'More' buttons for each mention.

SYTUACJA FINANSOWA



Omówienie danych operacyjnych



Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa



Prognozy wyników finansowych

3. Podsumowanie finansowe

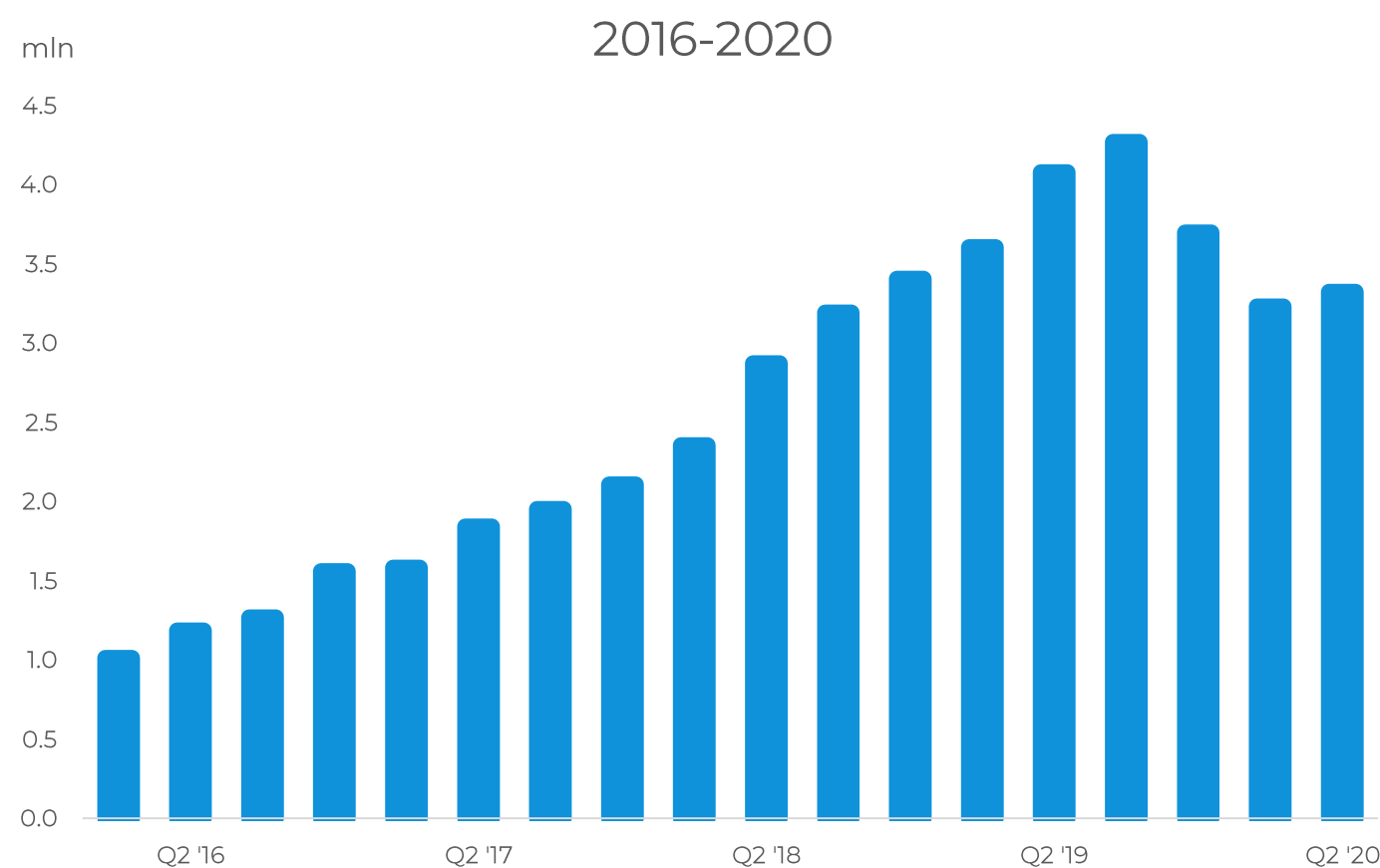
Grupa Brand 24 zakończyła II kwartał 2020 roku ze skonsolidowanymi przychodami na poziomie 3.3 mln PLN, zwiększając je w porównaniu do poprzedniego kwartału 1Q'20 o 0.1 mln PLN (+3%).

Zwiększenie przychodów w porównaniu do I kwartału 2020 roku było wynikiem wprowadzonych zmian w produkcie opisanych szczegółowo w niniejszym raporcie, które pozwoliły zwiększyć liczbę klientów w opisywanym kwartale.

Skonsolidowana EBITDA* (zg. z MSSF 16) Grupy wyniosła w okresie sprawozdawczym 0.6 mln PLN. Grupa w ostatnim okresie zmniejszyła i optymalizowała koszty operacyjne oraz inwestycyjne, skupiając się przede wszystkim na kanałach akwizycji klienta o najlepszej skuteczności. Przy rosnących przychodach i niższych kosztach, pozwoliło to na poprawę EBITDA w porównaniu do I kwartału 2020 roku o 0.3 mln PLN.

W porównaniu do I kwartału 2020 roku wynik netto poprawił się o 0.3 mln PLN z (-)0.43 mln PLN straty do (-)0.15 mln PLN straty, a wynik z działalności operacyjnej wyniósł (-)0.04 mln w porównaniu do (-)0.36 mln z I kwartału 2020 roku.

KWARTALNE PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY



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

3. Omówienie danych operacyjnych

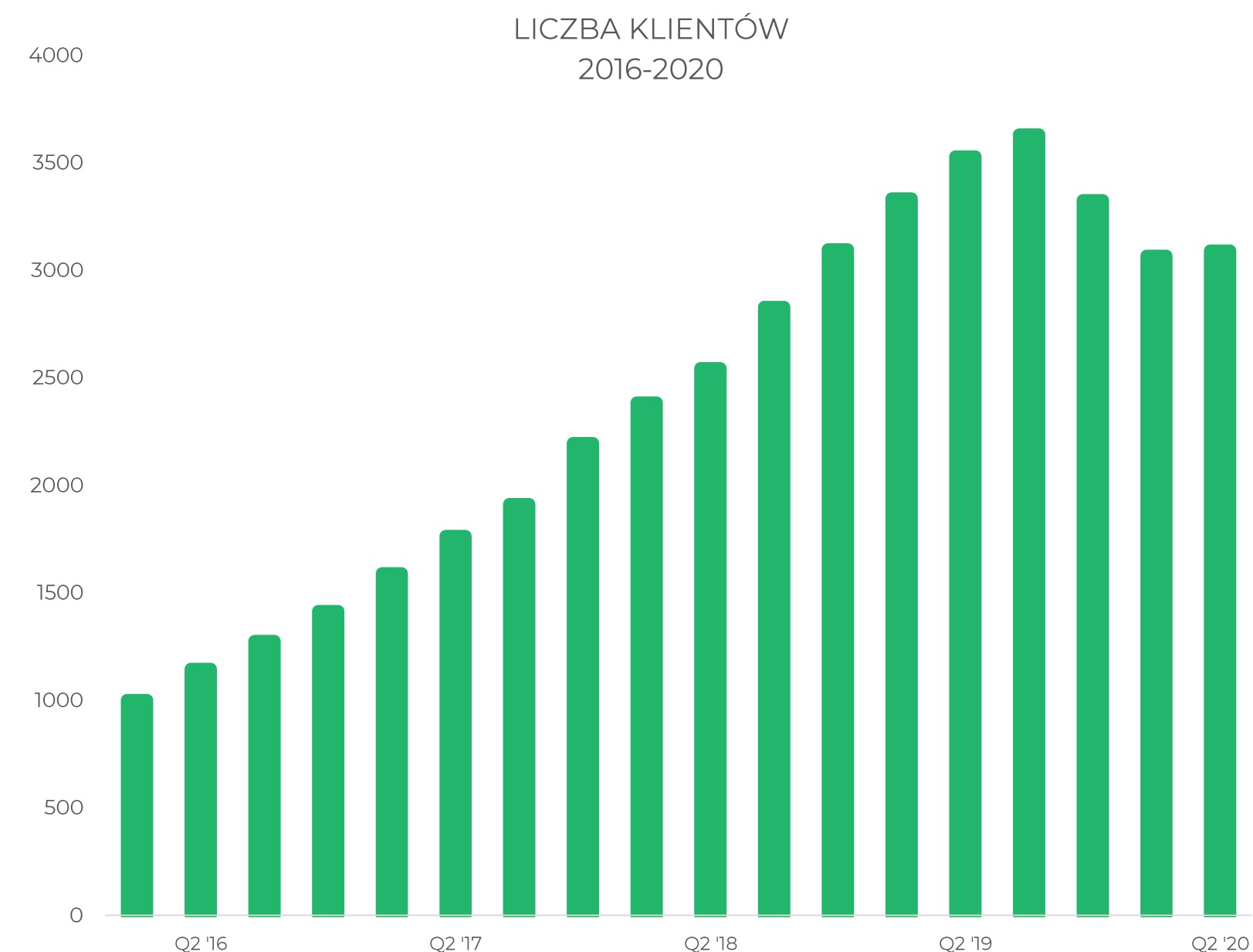
Na koniec II kwartału 2020 roku Grupa posiadała 3.091 aktywnych użytkowników swojego autorskiego narzędzia, co oznacza, że liczba klientów netto wzrosła o 25 w ujęciu kwartał do kwartału.

W okresie II kwartału 2020 roku, w kwietniu był widoczny negatywny efekt pandemii koronawirusa, skutkujący spadkiem liczby klientów netto o 66. W kolejnych miesiącach kwartału liczba klientów już rosła, łącznie o 91, a wskaźnik churn ustabilizował się.

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

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

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



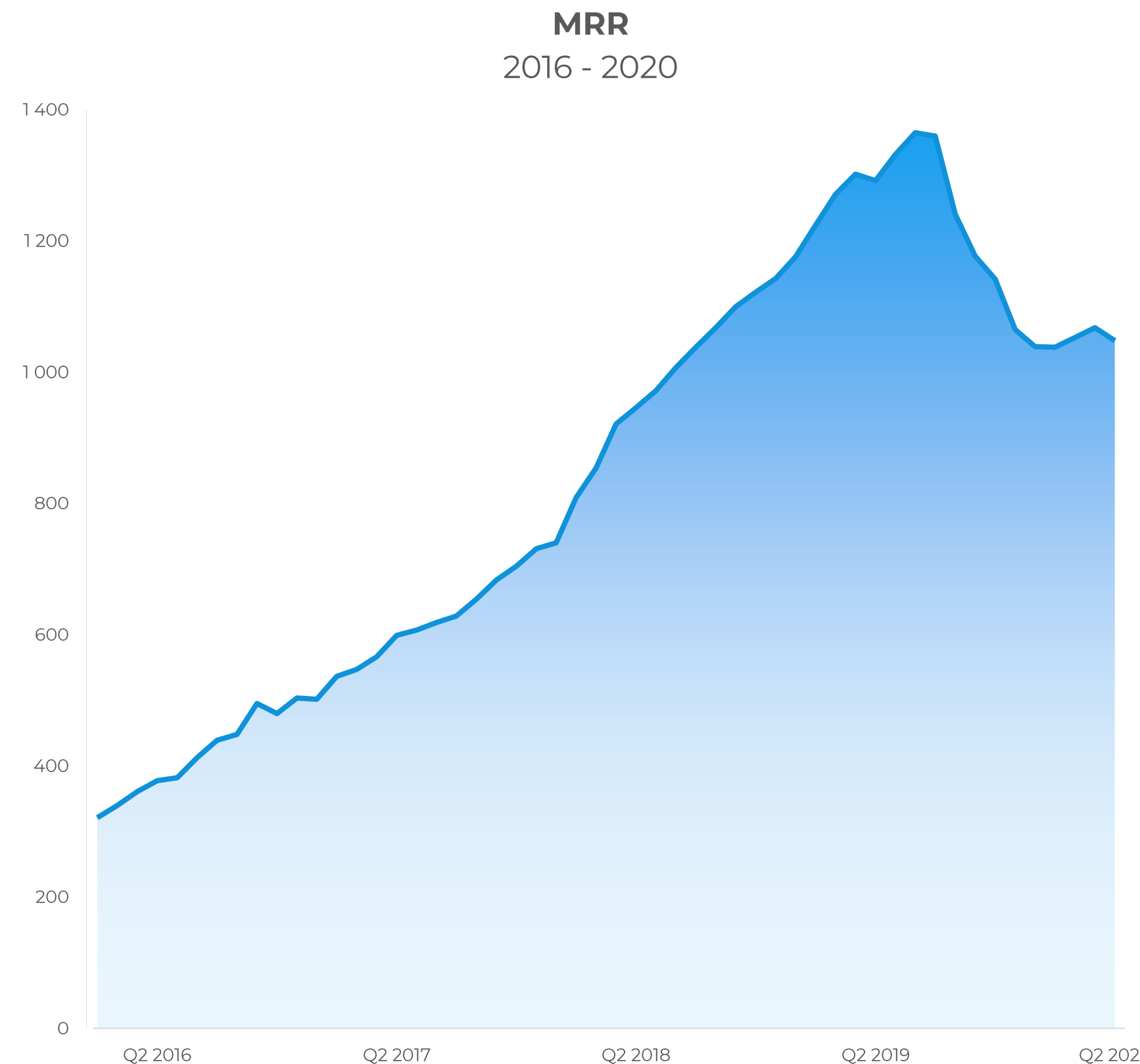
3. Omówienie danych operacyjnych

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

Na koniec drugiego kwartału 2020 roku MRR wynosił 1 048 tys. PLN, co w porównaniu do końca I kwartału 2020 roku, gdzie MRR wynosił 1 038 tys. PLN, oznacza wzrost o 10 tys. PLN.

Zmiana poziomu MRR jest pochodną większej ilości aktywnych klientów narzędzia oraz wyższego ARPU. Wpływ na ten wskaźnik ma również kurs dolara amerykańskiego.

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



3. Omówienie danych operacyjnych

Średni przychód przypadający na klienta (ARPU – average revenue per user) w II kwartale 2020 roku wynosił średnio 347 PLN.

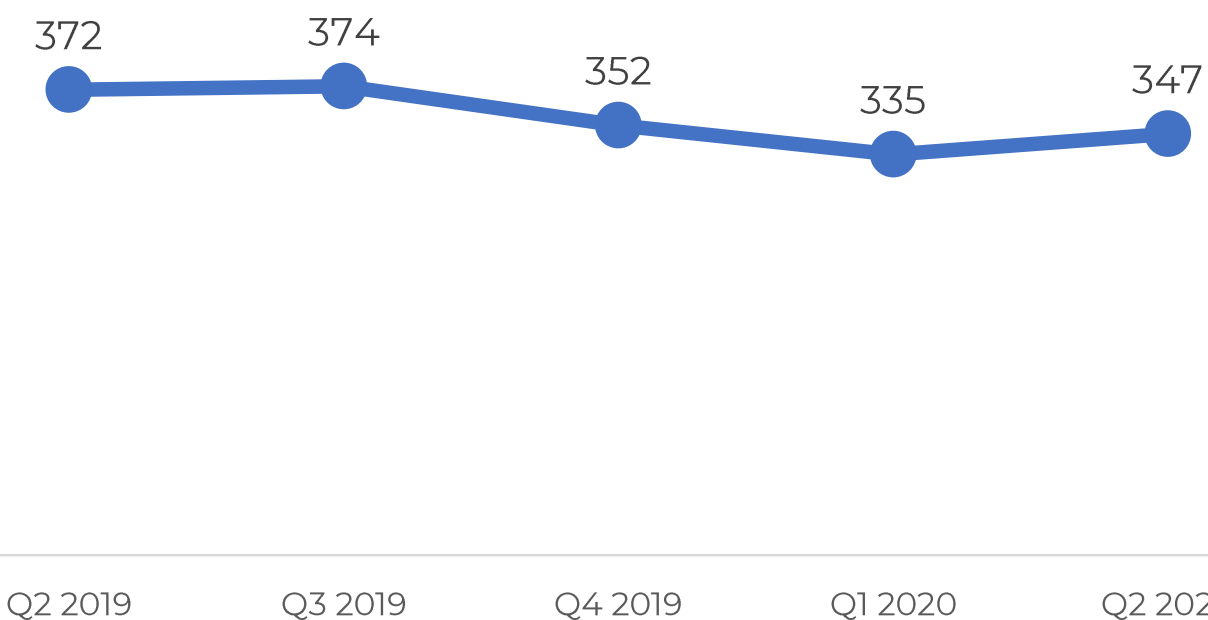
Na poziom wskaźnika ARPU wpływ ma wiele zmiennych, w tym:

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

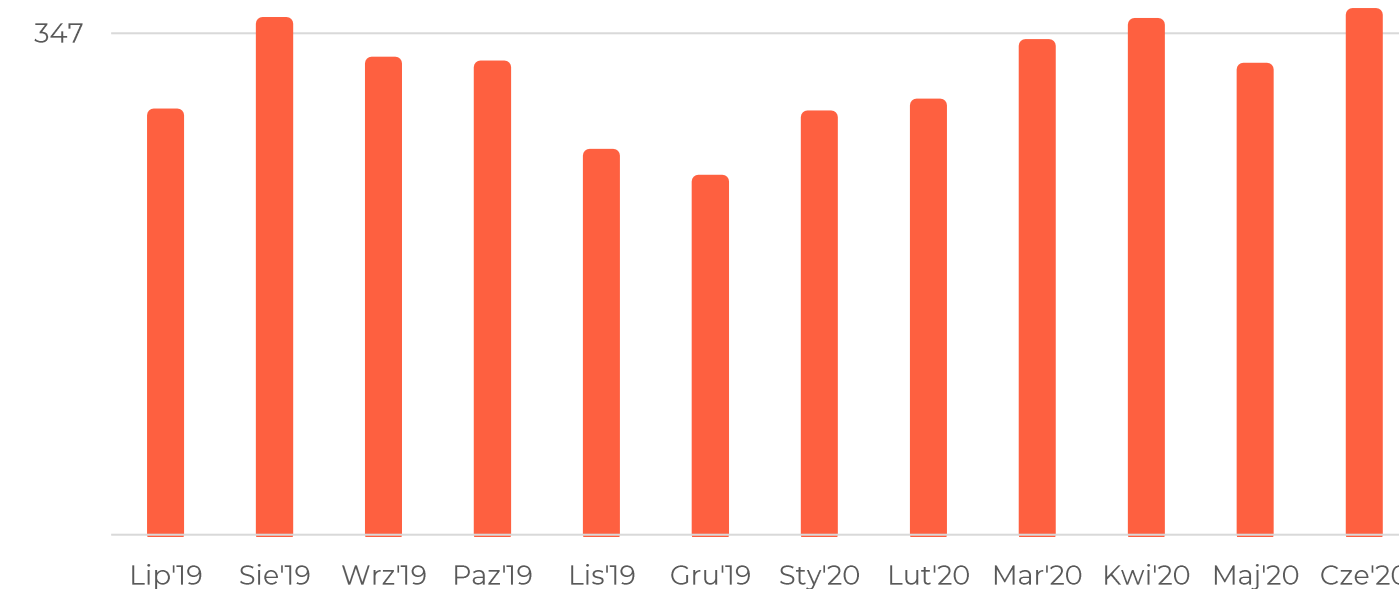
Po tymczasowym spadku ARPU w okresie Q4'19-Q1'20, w którym Grupa kompensowała klientom brak danych z serwisów społecznościowych, wskaźnik ten rósł w II kwartale 2020 roku.

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

ARPU
2019-2020
PLN



ARPU
Nowi klienci
PLN



3. Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa GK Brand 24

Pozycja	w tys. PLN		
	Q2 2020	Q2 2019	Zmiana
Przychody netto ze sprzedaży	3 324	4 078	(754)
Koszty sprzedanych produktów	1 595	1 698	(103)
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	1 729	2 380	(651)
Koszty sprzedaży	931	1 409	(477)
Pozostałe koszty ogólnego zarządu	823	935	(112)
Pozostałe przychody operacyjne	4	0	4
Pozostałe koszty operacyjne	20	22	(2)
Koszty wyceny programu motywacyjnego	-	-	-
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	(41)	14	(55)
EBITDA	593	604	(11)
Przychody finansowe	0	0	(0)
Koszty finansowe	110	33	76
Zysk (strata) brutto	(151)	(20)	(131)
Zysk (strata) netto	(147)	(14)	(132)

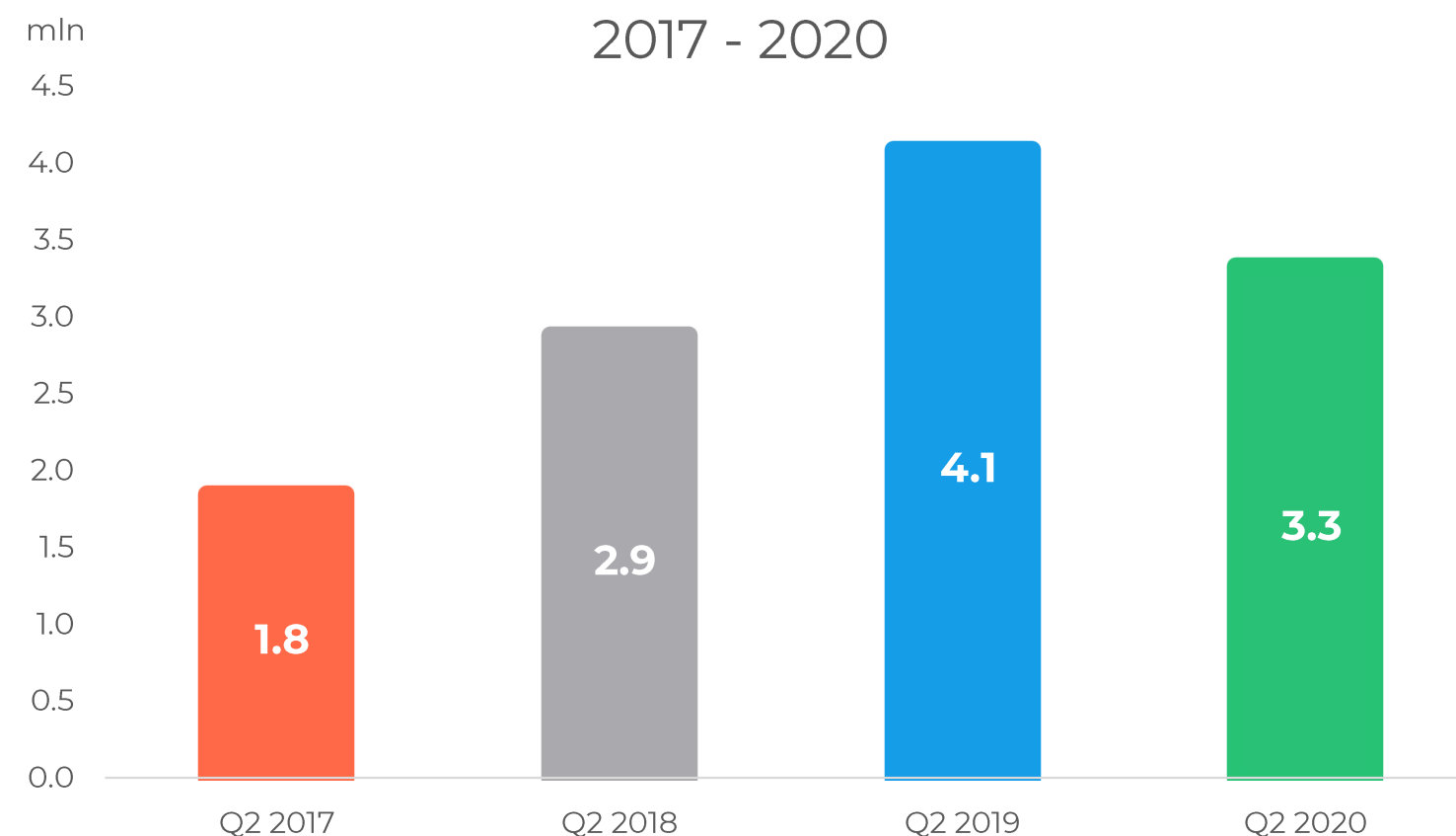
Grupa w II kwartale 2020 roku osiągnęła skonsolidowane przychody na poziomie 3.3 mln PLN. W porównaniu do poprzedniego roku w analogicznym okresie przychody były niższe o 0.75 mln PLN co jest następstwem mniejszej liczby klientów w porównaniu do II kwartału 2019 roku. Jednocześnie Grupa znacząco ograniczyła koszty operacyjne (o 0.7 mln PLN), a to pozwoliło na uzyskanie EBITDA na tym samym poziomie (0.6 mln PLN) co w porównywanym okresie.

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

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

W porównaniu z kwartałem poprzedzającym (1Q 2020) spółka ograniczyła koszty operacyjne o kwotę 0.2 mln PLN, co przy dodatkowo wyższych przychodach, poprawiło marżę operacyjną.

KWARTALNE PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY 2017 - 2020



3. Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa GK Brand 24

AKTYWA Pozycja	w tys. PLN		
	30.06.2020	31.12.2019	Zmiana
Aktywa trwałe	9 088	9 500	(411)
Rzeczowe aktywa trwałe	136	193	(57)
Aktywa z tytułu prawa do użytkowania	3 954	4 983	(1 029)
Wartości niematerialne	4 047	3 544	503
Należności długoterminowe z tytułu kaucji	82	82	-
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	862	690	172
Pozostałe aktywa trwałe	6	6	(0)
Aktywa obrotowe	1 962	1 726	235
Należności handlowe	930	812	119
Należności z tytułu bieżącego podatku dochodowego	-	-	-
Pozostałe należności	328	485	(157)
Rozliczenia międzyokresowe	73	71	2
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	630	358	272
Aktywa razem	11 050	11 226	(176)

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

PASywa Pozycja	w tys. PLN		
	30.06.2020	31.12.2019	Zmiana
Kapitał własny	3 772	1 699	2 073
Kapitał podstawowy	215	202	13
Kapitał zapasowy	7 831	5 185	2 646
Pozostałe kapitały	3 401	3 401	-
Różnice kursowe z przeliczenia	(21)	(9)	(11)
Niepodzielony wynik finansowy	(7 080)	(6 083)	(997)
Wynik finansowy bieżącego okresu	(575)	(997)	422
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	7 278	9 527	(2 248)
Zobowiązania z tytułu leasingu	4 059	5 055	(997)
Zobowiązania handlowe	516	1 462	(946)
Zobowiązania do wykonania świadczenia	771	971	(200)
Kredyty i pożyczki	672	1 397	(725)
Rezerwy i Pozostałe	1 260	641	619
Pasywa razem	11 050	11 226	(176)

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

Grupa w II kwartale 2020 roku pozyskała środki z emisji akcji widoczne na kapitale zapasowym, co pozwoliło na poprawę kapitału pracującego.

3. Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa GK Brand 24

PRZEPIŁYWY PIENIĘŻNE Pozycja	w tys. PLN		
	H1 2020	H1 2019	Zmiana
Przeptywy pieniężne z działalności operacyjnej	69	1 449	(1 380)
Przeptywy pieniężne z działalności inwestycyjnej	(737)	(1 218)	481
Przeptywy pieniężne z działalności finansowej	940	(456)	1 396
Przeptywy pieniężne netto	272	(225)	497
Środki pieniężne na początek okresu	358	636	(278)
Środki pieniężne na koniec okresu	630	411	219

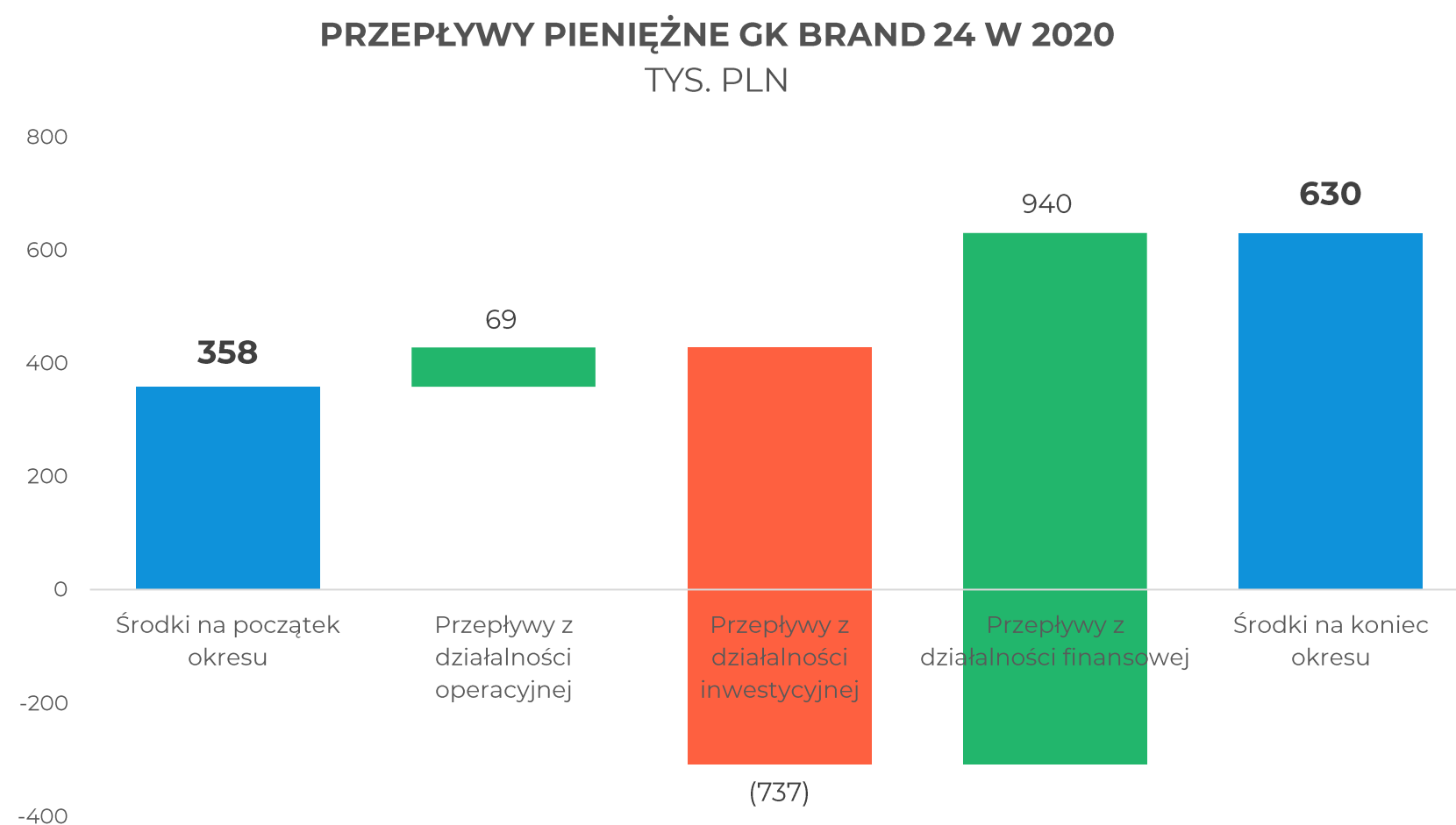
Spółka, tak jak w latach poprzednich, inwestuje środki pieniężne ze sprzedaży produktu w jego rozwój i zasoby dedykowane powiększaniu bazy klientów.

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

W II kwartale 2020 roku spółka pozyskała 2.7 mln PLN z emisji nowych akcji co miało znaczący wpływ na przepływy pieniężne i pozwoliło na lepsze zarządzanie kapitałem pracującym. Istotną pozycją przepływów pieniężnych z działalności finansowej są również płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu wynikające z zastosowania MSSF 16 dotyczące umów dzierżawy serwerów i wynajmu powierzchni biurowych oraz przepływy wynikające z korzystania z kredytów obrotowych.

Prognozy wyników finansowych

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



STRATEGIA

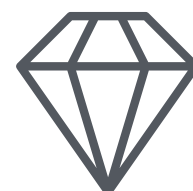


Strategia Grupy Brand 24

Celem Grupy Brand 24 jest wzrost wartości, której przejawem będzie istotne zwiększenie wyników finansowych generowanych przez Brand24, a w przyszłości także inne produkty komplementarne do Brand24, tworzone przez Grupę. Oczekiwany wzrost wyników Grupy powinien nastąpić, dzięki realizacji następujących celów pośrednich:



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



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

Osiągnięcie powyższych celów będzie możliwe dzięki:



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



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



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

INFORMACJE KORPORACYJNE



Akcje i akcjonariat

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



Władze

- Zarząd
- Rada Nadzorcza

5. Akcje i akcjonariat

Struktura kapitału zakładowego Brand 24 SA

Kapitał podstawowy

Na dzień publikacji niniejszego raportu kapitał zakładowy Spółki składał się z 2.151.788 akcji zwykłych na okaziciela o wartości nominalnej 0.10 PLN każda, w tym:

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

Kapitał warunkowy

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

Ponadto na podstawie Uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 18 października 2017 roku w sprawie warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego w drodze emisji akcji zwykłych na okaziciela serii H, pozbawienia

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

Stosownie do postanowień wynikających z Programu Motywacyjnego uchwalonego na podstawie uchwały Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 18 października 2017 roku zmienionej następnie uchwałą Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 19 grudnia 2019 roku, 16 października 2019 roku zostały wyemitowane i wydane siedemnastu osobom uprawnionym do uczestnictwa w Programie Motywacyjnym odcinki zbiorowe 14 486 akcji na okaziciela serii H o wartości nominalnej 0,10 zł każda, co skutkowało definitywnym podwyższeniem kapitału zakładowego o kwotę 1.448,60 zł. Zgodnie z Programem akcje te uległy dematerializacji w rozumieniu art. 5 ustawy z dnia 29 lipca 2005 roku o obrocie instrumentami finansowymi. Program uprawniał także Spółkę do ich wprowadzenia do obrotu na rynku regulowanym lub wprowadzenie do obrotu w alternatywnym systemie obrotu prowadzonym przez GPW. Zgodnie z Uchwałą Nr 493/2020 Zarządu Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. z dnia 8 lipca 2020 r. nastąpiło wprowadzenie do alternatywnego systemu obrotu na rynku NewConnect 7.762 akcji zwykłych na okaziciela serii G i 14.486 akcji zwykłych na okaziciela serii H Spółki.

Kapitał docelowy

Zarząd Spółki upoważniony jest do podwyższenia kapitału zakładowego Spółki w granicach kapitału docelowego, poprzez emisję nowych akcji o łącznej wartości nominalnej nie wyższej niż 13.000 zł w drodze jednego lub kilku podwyższeń kapitału zakładowego w granicach określonych powyżej (kapitał docelowy) pod warunkiem rejestracji Uchwały nr 3/04/2020 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy spółki pod firmą BRAND 24 S.A. z siedzibą we Wrocławiu z dnia 29.04.2020r. w przedmiocie podwyższenia kapitału zakładowego Spółki z wyłączeniem prawa poboru dotychczasowych akcjonariuszy Spółki oraz w przedmiocie zmiany statutu Spółki. Upoważnienie Zarządu do podwyższenia kapitału zakładowego oraz do emitowania nowych akcji w ramach kapitału docelowego wygaśnie z upływem 3 lat od dnia rejestracji zmiany statutu Spółki, dokonanej niniejszą uchwałą Walnego Zgromadzenia Akcjonariuszy. Zmiana Statutu w powyższym zakresie została zarejestrowana w dniu 18 czerwca 2020 r.

Akcje w obrocie na NewConnect

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

W dniu 2 kwietnia 2020 roku powziął informację zawarcia przez akcjonariuszy Spółki porozumienia - umowy inwestycyjnej, o czym informowano w raporcie bieżącym nr 3/2020.

W przywołanym raporcie bieżącym poinformowano w szczególności, że:

- w dniu 1 kwietnia 2020 roku akcjonariusze Spółki, w tym m.in. LARQ Growth Fund I Fundusz Inwestycyjny Zamknięty z siedzibą w Warszawie ["LARQ FIZ"], którego jedynym uczestnikiem jest spółka LARQ Fund Management sp. z o. o. z siedzibą w Warszawie, będąca spółką w 100% zależną od Emitenta, zawarli porozumienie – umowę inwestycyjną w przedmiocie określenia zasad wspólnej polityki wobec BRAND 24 ["Porozumienie"].

Wspólna polityka inwestycyjna będąca przedmiotem Porozumienia polega na zapewnieniu BRAND 24 finansowania poprzez:

1] zaoferowanie przez LARQ FIZ udzielenia BRAND 24 wsparcia finansowego w formie pożyczki na kwotę 600.000 zł, z oprocentowaniem w wysokości WIBOR3M + marża 2,5% w skali roku, do dnia 31 maja 2020 roku, w celu sfinansowania uzasadnionych wydatków finansowych BRAND 24, w tym uregulowanie części zobowiązań handlowych, które pomogą utrzymać bieżącą płynność finansową BRAND 24, pod warunkiem uzyskania przez LARQ FIZ zabezpieczenia pożyczki;

2] wspólne wystąpienie akcjonariuszy uczestniczących w Porozumieniu z żądaniem zwołania Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia BRAND 24 przez Zarząd BRAND 24, w terminie do dnia 30 kwietnia 2020 roku, wraz z żądaniem umieszczenia w porządku obrad następujących uchwał:

i. w przedmiocie podwyższenia kapitału zakładowego BRAND 24 z kwoty 202.178,80 zł [słownie: dwieście dwa tysiące sto siedemdziesiąt osiem złotych osiemdziesiąt groszy] do kwoty 215.178,80 zł [słownie: dwieście piętnaście tysięcy sto siedemdziesiąt osiem złotych osiemdziesiąt groszy], to jest o kwotę 13.000,00 zł [słownie: trzynaście tysięcy złotych] w drodze emisji 130.000 [słownie: stu trzydziestu tysięcy] akcji serii J, o wartości nominalnej 0,10 zł [słownie: dziesięć groszy] każda ["Akcje Nowej Emisji"]; Akcje Nowej Emisji będą uczestniczyć w dywidendzie od 1 stycznia 2020 roku; objęcie Akcji Nowej Emisji nastąpi w drodze złożenia oferty przez BRAND 24 akcjonariuszom BRAND 24 będących stronami Porozumienia i jej przyjęcia przez oznaczonego adresata [subskrypcja prywatna] w terminie od dnia 1 maja 2020 roku do 31 maja 2020 roku, z wyłączeniem prawa poboru Akcji Nowej Emisji dotychczasowych akcjonariuszy BRAND 24;

ii. w przedmiocie upoważnienia Zarządu BRAND 24 do podwyższenia kapitału zakładowego BRAND 24 w ramach kapitału docelowego poprzez emisję nowych akcji o łącznej wartości nominalnej nie wyższej niż 13.000 zł [słownie: trzynaście tysięcy złotych] w drodze jednego lub kilku podwyższeń kapitału zakładowego w granicach określonych powyżej [kapitał docelowy] pod warunkiem rejestracji uchwały, o której mowa w punkcie i. powyżej; Zarząd BRAND 24 będzie mógł wydawać akcje wyemitowane w ramach kapitału docelowego w zamian za wkłady pieniężne lub niepieniężne; upoważnienie Zarządu BRAND 24 do podwyższenia kapitału zakładowego oraz do emitowania nowych akcji w ramach kapitału docelowego wygaśnie z upływem 3 [słownie: trzech] lat od dnia rejestracji zmiany statutu BRAND 24, dokonanej uchwałą Walnego Zgromadzenia BRAND 24 przyznającej przedmiotowe upoważnienie dla BRAND 24."

Jednocześnie Zarząd Emitenta informuje, iż z uwagi na rozciągnięcie w czasie procesu poprzedzającego okoliczność zawarcia umowy inwestycyjnej – porozumienia akcjonariuszy Emitent podjął decyzję o opóźnieniu przekazania do publicznej wiadomości informacji o powzięciu w dniu 23 marca 2020 roku informacji w sprawie przystąpienia akcjonariuszy Emitenta do rozmów w sprawie określenia zasad współpracy mającej na celu wsparcie Emitenta w dalszym rozwoju.

W dniu 29 kwietnia 2020 roku Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki podjęło uchwały poświęcone m.in.:

- podwyższeniu kapitału zakładowego Spółki z wyłączeniem prawa poboru akcji nowej emisji dotychczasowych akcjonariuszy Spółki oraz w przedmiocie zmiany statutu Spółki.
- upoważnieniu Zarządu Spółki do podwyższenia kapitału zakładowego Spółki w granicach kapitału docelowego oraz w przedmiocie zmiany statutu Spółki.

W związku z wplynięciem datowanych na dzień 29 kwietnia 2020 roku oświadczeń od odpowiednio LARQ Growth Fund I Fundusz Inwestycyjny Zamknięty, Venture INC S.A. oraz Solution Partners spółka z ograniczoną odpowiedzialnością zgodnie z którymi w wykonaniu Porozumienia podmioty te podtrzymały wyrażoną w Porozumieniu chęć objęcia akcji serii J (Akcje Nowej Emisji) w następujący sposób:

- i] LARQ Growth Fund I Fundusz Inwestycyjny Zamknięty wyraził chęć objęcia 65.000 Akcji Nowej Emisji,
- ii] Venture INC S.A. wyraził chęć objęcia 13.000 Akcji Nowej Emisji
- iii] Solution Partners spółka z ograniczoną odpowiedzialnością wyraził chęć objęcia 52.000 Akcji Nowej Emisji,

w dniu 29 kwietnia 2020 roku Zarząd Emitenta podjął uchwałę zgodnie z którą:

- a] Zarząd Spółki postanowił skierować ofertę emisji Akcji Nowej Emisji w trybie subskrypcji prywatnej w rozumieniu art. 431 § 2 pkt 1 Kodeksu spółek handlowych, w terminie od dnia 30 kwietnia 2020 roku do 31 maja 2020 roku do wskazanych powyżej trzech w przedmiocie objęcia wskazanych pakietów Akcji Nowej Emisji;
- b] Zarząd Spółki określił cenę emisyjną Akcji Nowej Emisji, obliczoną jako średnią cenę 1-miesięczną ważoną ilością obrotu liczoną do dnia 31 marca 2020 roku, w wysokości 21,30 zł;
- c] Zarząd Spółki postanowił wystąpić do Rady Nadzorczej Spółki z wnioskiem o zatwierdzenie czynności wskazanych w punktach a) i b) powyżej;
- d] niezwłocznie po zatwierdzeniu czynności, o których mowa w punktach a) i b) powyżej przez Radę Nadzorczą Spółki, Zarząd Spółki, wystąpił do ww. akcjonariuszy z ofertą objęcia Akcji Nowej Emisji zgodnie z punktami a) i b) powyżej.

W dniu 5 maja 2020 roku Rada Nadzorcza Spółki podjęła uchwałę w sprawie wyrażenia zgody na ustalenie ceny emisyjnej oraz skierowanie emisji akcji do akcjonariuszy uczestniczących w porozumieniu akcjonariuszy (umowie inwestycyjnej) na warunkach opisanych w przywołanym raporcie bieżącym ESPI nr 8/2020 tj. Rada Nadzorcza Spółki:

- wyraziła zgodę na ustalenie ceny emisyjnej 130.000 Akcji Nowej Emisji obliczoną jako średnią cenę 1-miesięczną ważoną ilością obrotu liczoną do dnia 31 marca 2020 roku, w wysokości 21,30 zł za jedną akcję;
- wyraziła zgodę na skierowanie oferty objęcia emisji Akcji Nowej Emisji do i] LARQ Growth Fund I Fundusz Inwestycyjny Zamknięty w przedmiocie objęcia 65.000 Akcji Nowej Emisji, ii] Venture INC S.A. w przedmiocie objęcia 13.000 Akcji Nowej Emisji, iii] Solution Partners spółka z ograniczoną odpowiedzialnością w przedmiocie objęcia 52.000 Akcji Nowej Emisji.

W dniu 6 maja 2020 roku zawarte zostały umowy objęcia Akcji Nowej Emisji pomiędzy Spółką a stronami Porozumienia akcjonariuszy.

W dniu 18 czerwca 2020 roku właściwy dla Spółki sąd rejestrowy dokonał rejestracji podwyższenia kapitału zakładowego Spółki.

5. Akcje i akcjonariat

Struktura akcjonariatu

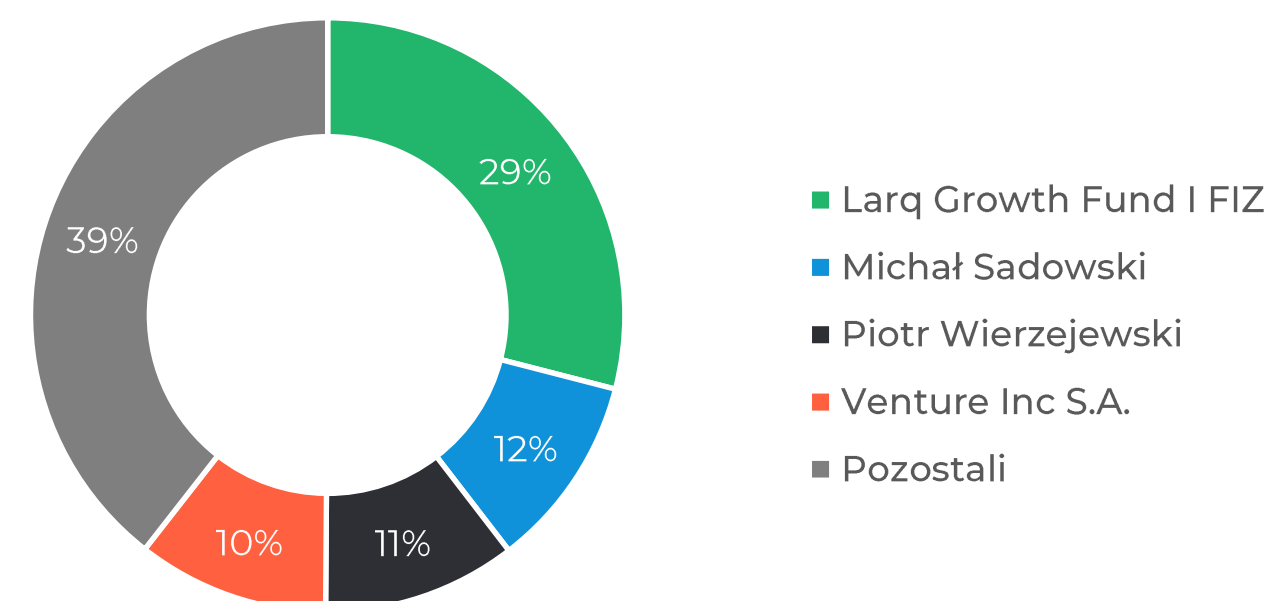
Poniżej zaprezentowano strukturę akcjonariatu Brand 24 S.A. na dzień przekazania poprzedniego raportu okresowego:

Akcyonariusz	Liczba akcji/głosów	Udział w kapitale zakładowym/ogólnej liczbie głosów
Larq Growth Fund I FIZ *	614 281	30.38%
Michał Sadowski	248 028	12.27%
Piotr Wierzejewski	248 028	12.27%
Venture Inc S.A. *	211 682	10.47%
Rockbridge TFI *	122 885	6.07%
Pozostali	576 884	28.52%
RAZEM	2 021 788	100.00%

* strony porozumienia z udziałem Larq Growth Fund I FIZ, Venture Inc S.A., Rockbridge Fundusz Inwestycyjny Otwarty Parasolowy oraz Solution Partners sp. z o.o. zawartego w celu prowadzenia wspólnej polityki wobec Spółki o którym Emitent informował m.in. w raporcie bieżącym ESPI nr 3/2020; po zawarciu Porozumienia wskazani powyżej akcyonariusze (w tym przez podmiot powiązany Solution Partners tj. Solution Partners spółka z ograniczoną odpowiedzialnością spółka komandytowo-akcyjna posiadający 40.932 akcji Spółki) posiadały łącznie 989.780 akcji/głosów co odpowiadało 48,95% kapitału zakładowego/ogólnej liczby głosów. Porozumienie Akcyonariuszy zostało zawarte na czas określony do 5 dnia roboczego przypadającego od dnia rejestracji w rejestrze przedsiębiorców akcji serii J.

Poniżej zaprezentowano strukturę akcjonariatu Brand 24 S.A. na dzień przekazania niniejszego raportu.

Akcyonariusz	Liczba akcji/głosów	Udział w kapitale zakładowym/ogólnej liczbie głosów
Larq Growth Fund I FIZ	624 281	29.01%
Michał Sadowski	227 028	10.55%
Piotr Wierzejewski	227 028	10.55%
Venture Inc S.A.	224 682	10.44%
Pozostali	848 769	39.43%
RAZEM	2 151 788	100.00%



Program motywacyjny

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

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

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

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

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

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

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

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

Na moment publikacji niniejszego raportu, w ramach Programu Motywacyjnego wyemitowanych zostało 14 486 akcji na okaziciela serii H o wartości nominalnej 0,10 zł każda, a warranty subskrypcyjne serii B, uprawniające do objęcia tych akcji, zostały unieważnione.

Zarząd

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



Michał Sadowski
Prezes Zarządu

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



Piotr Wierzejewski
Członek Zarządu

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

Rada Nadzorcza

Od początku br. do dnia 22 maja 2020 roku w skład Rady Nadzorczej Spółki wchodziły następujące osoby:

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

W dniu 22 maja 2020 roku ze skutkiem natychmiastowym Pan Maciej Małysz zrezygnował z pełnienia funkcji członka Rady Nadzorczej Spółki.

Wobec powyższego na koniec II kwartału 2020 roku oraz na dzień przekazania niniejszego raportu Rada Nadzorcza Spółki funkcjonowała w następującym składzie:

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

POZOSTAŁE INFORMACJE



- zasady sporządzenia sprawozdań finansowych
- postępowania przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej
- informacja o zatrudnieniu
- osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju

6. Pozostałe informacje

Zasady sporządzenia sprawozdań finansowych

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

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

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

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

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

Informacja o zatrudnieniu

Przeciętne zatrudnienie w II kwartale 2020 roku wynosiło 19,89 etatu.

Jednocześnie z uwagi na specyfikę prowadzonej działalności Emitent współpracuje dodatkowo z szerokim gronem osób w oparciu o umowy cywilnoprawne. Mając powyższe na uwadze w II kwartale 2020 roku Emitent współpracował z ok. 45 osobami świadczącymi na jego rzecz usługi, głównie w zakresie wsparcia informatycznego. Spółka Zależna nie współpracuje z jakimikolwiek osobami.

Osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju (działania innowacyjne)

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

W II kwartale 2020 roku Grupa kontynuowała prace nad usprawnieniem i rozwojem narzędzia informatycznego będącego podstawą świadczenia przez Grupę usług swoim klientom. Na dzień 30 czerwca 2020 roku kwota niezakończonych prac rozwojowych wyniosła 937 tys. PLN. Nakłady na te prace stanowią głównie usługi informatyczne. Koszty trwających prac rozwojowych są prezentowane w pozycji „Wartości niematerialne” w aktywach Spółki.

BRAND24

KONTAKT DLA INWESTORÓW



Katarzyna Sadowska
CC GROUP



+48 (22) 440 14 40



brand24@ccgroup.pl



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