

BRAND24

**SKONSOLIDOWANY RAPORT ZA
II KWARTAŁ 2019 ROKU
GRUPY KAPITAŁOWEJ BRAND 24**

DATA PUBLIKACJI – 14 SIERPANIA 2019 ROKU

WROCŁAW



BRAND 24 w LICZBACH

3.5 tys.

liczba aktywnych klientów
na koniec Q2 2019

14.3 mln PLN

skonsolidowane przychody
z ostatnich 12 miesięcy (LTM)

+50%

Wzrost Przychodów
H1 2019 vs. H1 2017

1.3 mln

miesięcznych powtarzalnych przychodów
(MRR)

14 tys.

kont testowych rejestrujących się miesięcznie
(Q2 2019)

110

krajów, w których mamy klientów

SPIS TREŚCI

1	WYBRANE DANE FINANSOWE	str. 4-6	5	Informacje korporacyjne	str. 24-28
				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. 7-11	6	POZOSTAŁE INFORMACJE	str. 29-30
	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 2019 roku oraz do dnia sporządzenia sprawozdania				
	Obszar finansowy				
	Umowy finansowe				
	Emisje papierów wartościowych				
	Inwestycje				
3	SYTUACJA FINANSOWA	str. 12-20			
	Omówienie danych operacyjnych				
	Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa				
4	STRATEGIA	str. 21-23			
	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 2019	Q2 2018	Q2 2019	Q2 2018
Przychody ze sprzedaży	4 078	2 872	953	668
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	2 380	1 394	556	324
EBITDA	604	208	141	48
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	14	(293)	3	(68)
Zysk (strata) netto	(14)	(245)	(3)	(57)
	30.06.2019	31.12.2018	30.06.2019	31.12.2018
Aktywa razem	6 344	6 094	1 492	1 417
Aktywa obrotowe	1 891	1 871	445	435
Kapitał własny	2 310	2 340	543	544
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	4 034	3 754	949	873
Zobowiązania długoterminowe	414	523	97	122

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 2019 roku 1 EUR = 4,2520 PLN
- kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2018 roku 1 EUR = 4,3000 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 2019 roku 1 EUR = 4,2782 PLN
- w okresie od 1 kwietnia do 30 czerwca 2018 roku 1 EUR = 4,3005 PLN

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

Pozycja	w tys. PLN		w tys. EUR	
	Q2 2019	Q2 2018	Q2 2019	Q2 2018
Przychody ze sprzedaży	3 971	2 815	928	655
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	2 272	1 337	531	311
EBITDA	609	236	142	55
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	19	(265)	4	(62)
Zysk (strata) netto	(8)	(251)	(2)	(58)
	30.06.2019	31.12.2018	30.06.2019	31.12.2018
Aktywa razem	6 427	6 206	1 512	1 443
Aktywa obrotowe	1 970	1 981	463	461
Kapitał własny	2 392	2 452	563	570
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	4 035	3 754	949	873
Zobowiązania długoterminowe	414	523	97	122

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 2019 roku 1 EUR = 4,2520 PLN
- kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2018 roku 1 EUR = 4,3000 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 2019 roku 1 EUR = 4,2782 PLN
- w okresie od 1 kwietnia do 30 czerwca 2018 roku 1 EUR = 4,3005 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 2019 roku oraz do dnia sporządzenia sprawozdania



Obszar finansowy

- umowy finansowe
- emisje papierów wartościowych
- inwestycje

Spółka Brand 24 S.A. tworzy grupę kapitałową 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 4 biura w Polsce zlokalizowane we Wrocławiu, Warszawie, Gdańsku i Krakowie.

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.

Spółka, od sprawozdania za rok 2018, przygotowuje sprawozdania zgodnie z MSSF.



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.

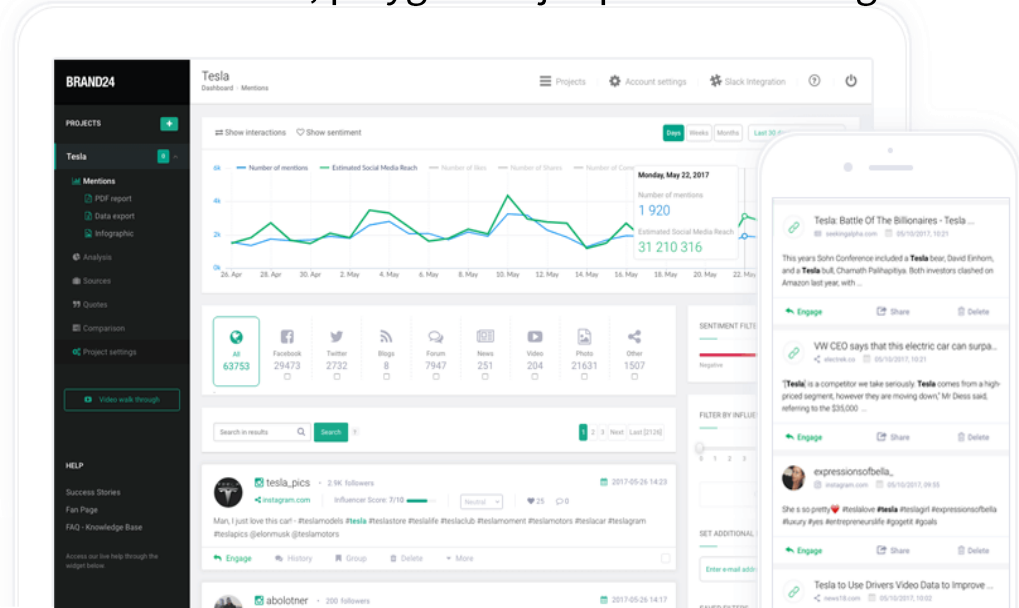
Oprogramowanie Brand24 pozwala użytkownikowi na:

- 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.

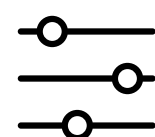


Technologia

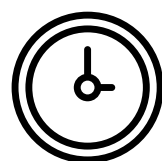
Technologia wykorzystywana przez Grupę została stworzona wewnątrz przez zespół założycieli i pracowników Spółki. Od ponad 7 lat technologia ta jest cały czas rozwijana a jej cechami charakterystycznymi są:

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

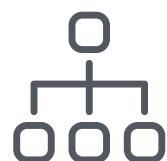
Oprogramowanie dostarczane jest w formacie SaaS (ang. Software as a Service) w chmurze publicznej w kilku wariantach abonamentowych w wersjach dedykowanych rynkowi polskiemu oraz wersji globalnej.



łatwa skalowalność



oszczędność zasobów



korzyści skali wpływające na jakość produktu

Model SaaS

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

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

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

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

2. Działalność Grupy Kapitałowej Brand 24 / 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 Brand 24 wyrażonej przez liczbę aktywnych kont na koniec poszczególnych kwartałów w latach 2015 – Q2 2019.

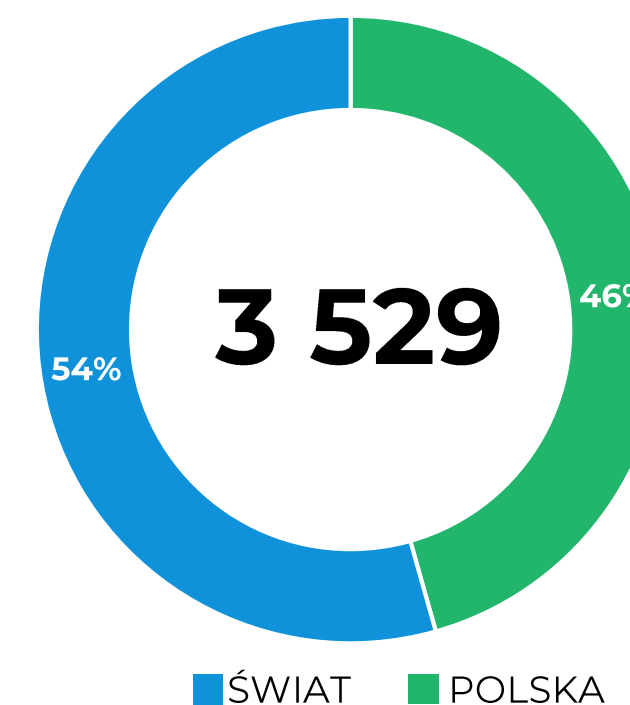


Większość klientów Grupy Brand 24 wykorzystuje oprogramowanie na potrzeby własne. W pozostałym zakresie klienci korzystający z rozwiązania Brand24 to agencje (interaktywne, SEM/SEO, PR, domy mediowe), wykorzystujące oprogramowanie przy projektach wykonywanych na rzecz podmiotów trzecich. Grupa Brand 24 monitoruje dziesiątki tysięcy słów kluczowych dla klientów pochodzących z ponad 100 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, Raiffesen Raiffeisen, H&M, Vichy, GlaxoSmithKleine, czy Credit Agricole.

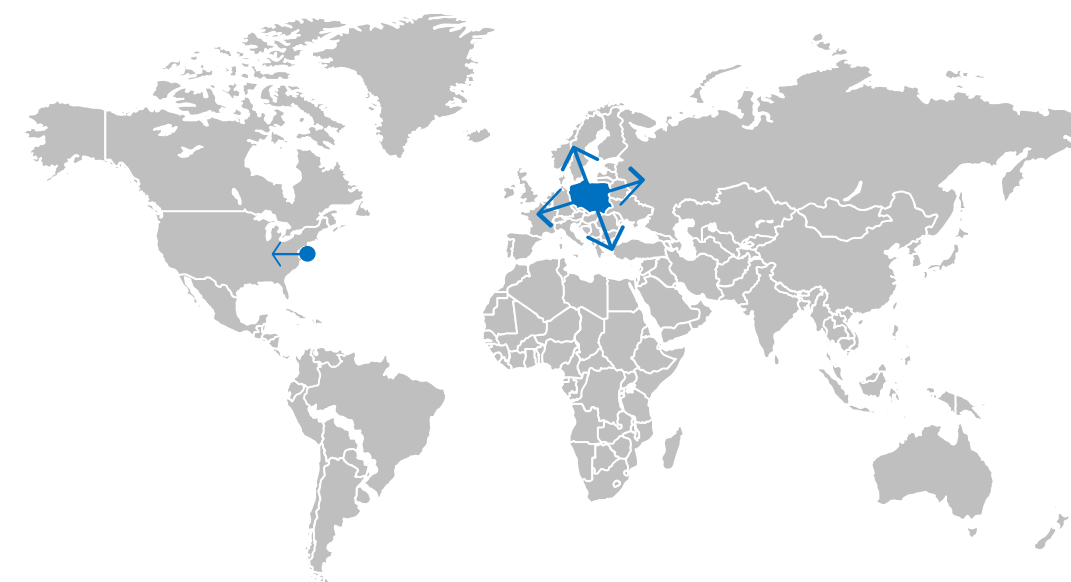
Ekspansja zagraniczna rozpoczęła się wraz z uruchomieniem globalnej wersji narzędzia Brand24 w 2015 roku. Od tego momentu dynamicznie przybywa klientów korzystających z narzędzia poza granicami Polski.

Poniżej przedstawiono strukturę geograficzną klientów Grupy Brand 24 według stanu na koniec II kwartału 2019 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 2019 roku oraz po zakończeniu okresu sprawozdawczego:

- Start nowej wersji konfiguratora projektu, którego celem jest podniesienie jakości danych startowych oferowanych klientom
- Uruchomiony mechanizm pozwalający na bardziej precyzyjny monitoring recenzji pojawiających się na Booking.com
- Uaktualnione mechanizmy pozwalające na precyzyjny monitoring newsów z portali informacyjnych i branżowych.
- Wdrożenie ścieżek klientów w polskiej wersji Brand24 co pozwala oferować spersonalizowane treści edukacyjne dla użytkowników
- złożenie w dniu 10 kwietnia 2019 roku w UKNF wniosku o zatwierdzenie prospektu sporządzonego w związku z ubieganiem się o dopuszczenie do obrotu na rynku regulowanym prowadzonym przez GPW w Warszawie wszystkich akcji Emitenta,

Inne istotne wydarzenia

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

W okresie sprawozdawczym miały miejsce zmiany w Radzie Nadzorczej Spółki ze skutkiem na dzień 26 czerwca 2019 roku obejmujące:

- rezygnację Przewodniczącego, Mikołaja Konrada Chruszczewskiego i odwołanie Członka, Jarosława Roszkowskiego;
- powołanie dwóch nowych Członków - Karola Kazimierza Wnukiewicza i Anny Krawczyńskiej-Nowak.

Umowy finansowe

Grupa w trakcie okresu sprawozdawczego dysponowała jednorocznym kredytem w rachunku bieżącym do maksymalnej wysokości 1 mln PLN udzielonym Emitentowi przez Alior Bank S.A. Kredyt został przedłużony do 31 października 2019 roku na takich samych warunkach.

Emitent zobowiązany jest do niewypłacania lub do nieprzekazywania w jakiegokolwiek formie akcjonariuszom lub innym uprawnionym osobom jakichkolwiek kwot pieniężnych przekraczających 0.01% zysku netto wypracowanego w danym roku przez Emitenta, tytułem dywidend lub innych wypłat związanych z udziałem w kapitale zakładowym Emitenta, jak również do nieprzekazywania tym osobom jakichkolwiek innych świadczeń majątkowych wynikających z posiadanych przez nich akcji bez uprzedniej pisemnej zgody Alior Bank S.A. w okresie obowiązywania umowy kredytowej.

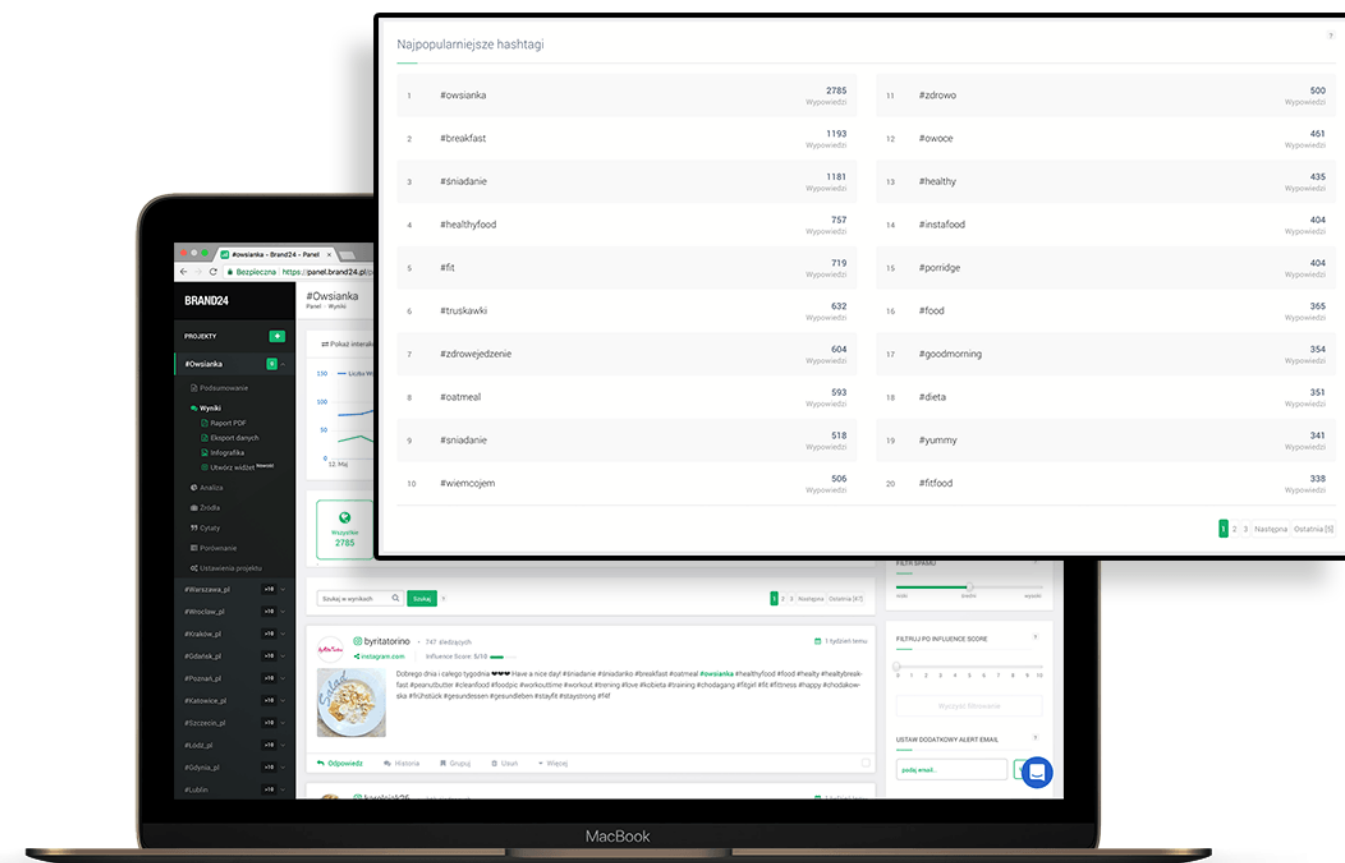
W II kwartale 2019 roku spółki z Grupy Kapitałowej Brand 24 nie udzielały pożyczek, poręczeń lub gwarancji.

Emisje papierów wartościowych

W II kwartale 2019 roku Brand 24 SA nie emitował papierów wartościowych.

Inwestycje

W II kwartale 2019 roku poniesione zostały nakłady inwestycyjne na prace rozwojowe nad produktem w wysokości 520 tys. zł. Grupa stale rozwija swój produkt, tak aby sprostać potrzebom klientów i utrzymać konkurencyjność na rynku.



SYTUACJA FINANSOWA



Omówienie danych operacyjnych



Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa



Prognozy wyników finansowych



BRAND 24

Najważniejsze dane

3 529

AKTYWNYCH KLIENTÓW
NA KONIEC Q2'19

1.3 mln

PLN MRR
MIESIĘCZNYCH POWTARZALNYCH
PRZYCHODÓW NA KONIEC Q1'19

4.1 mln

PLN
PRZYCHODÓW W Q2'19

2 x

WZROST LICZBY KLIENTÓW
W PRZECIĄGU 2 LAT

Q2'17 – Q2'19

**skalowalny
biznes**

2.2 x

WZROST PRZYCHODÓW
W OSTATNICH 2 LATACH

Q2'17 – Q2'19

3. Omówienie danych operacyjnych

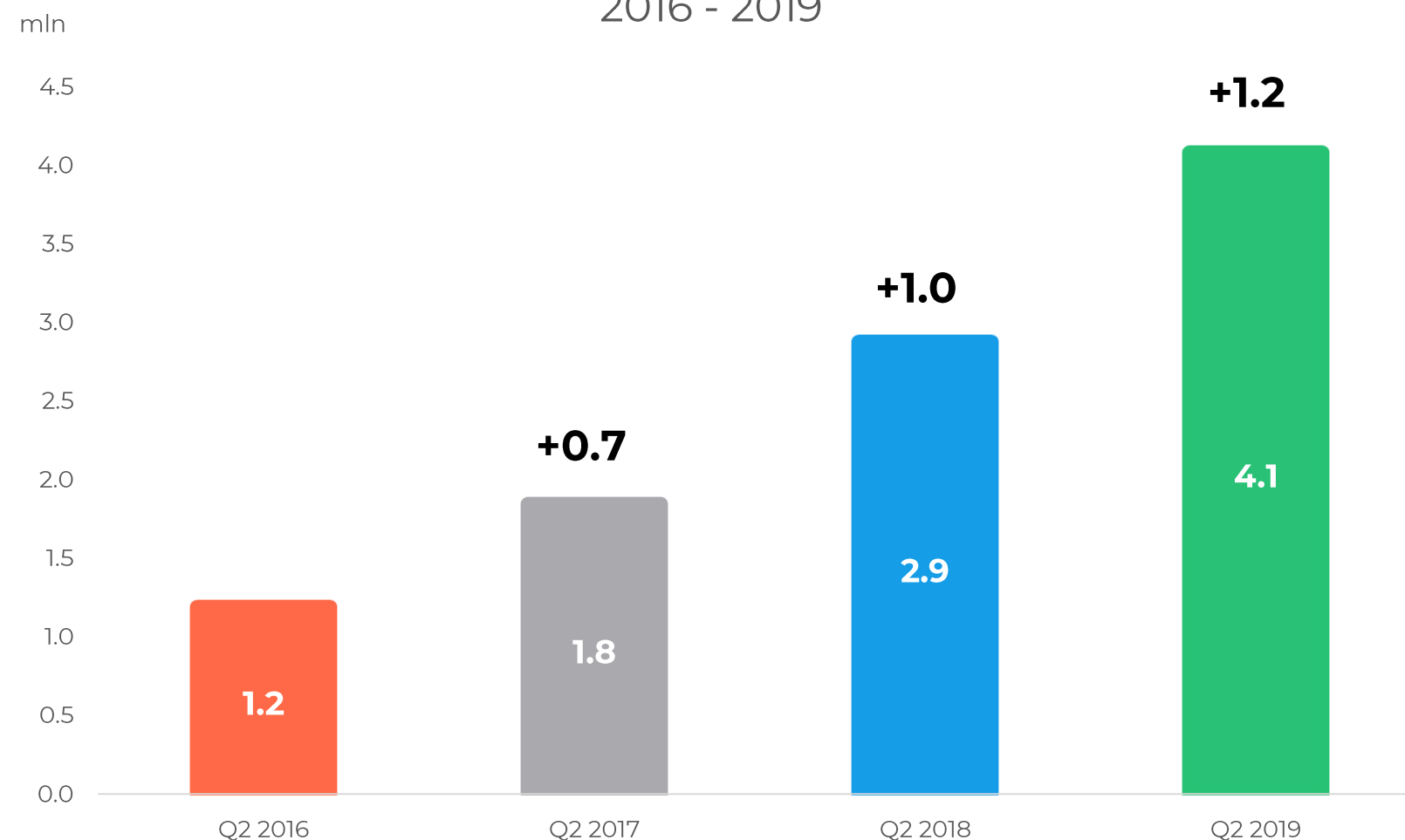
Grupa Brand 24 zakończyła II kwartał 2019 roku z przychodami skonsolidowanymi na poziomie 4.1 mln PLN, co w porównaniu do II kwartału roku poprzedniego jest wartością większą o 1.2 mln PLN (+42%). Tak duży wzrost był możliwy dzięki pozyskaniu dużej liczby nowych klientów oraz rosnącemu średniemu przychodowi per klient r/r.

Skonsolidowana EBITDA Grupy wyniosła w okresie sprawozdawczym 0.6 mln PLN. Grupa sukcesywnie zwiększa zasoby IT, potrzebne do szybszego rozwoju produktu oraz poprawia procesy sprzedażowe jak i procesy obsługi klienta. Grupa zwiększyła również nakłady na pozyskanie nowych klientów. Wydatki te finansowane są głównie gotówką wypracowaną z bieżącej działalności Grupy.

Grupa realizuje plan przedstawiony inwestorom w czasie IPO i konsekwentnie zmierza w stronę rentowności na wyniku netto. W porównaniu do II kwartału 2018 roku strata netto zmniejszyła się z (-)0.25 mln PLN do (-)0.01 mln PLN, a wynik z działalności operacyjnej wyniósł (+)0.01 mln w porównaniu do (-)0.29 mln z analogicznego okresu roku poprzedniego.

KWARTALNE PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY

2016 - 2019

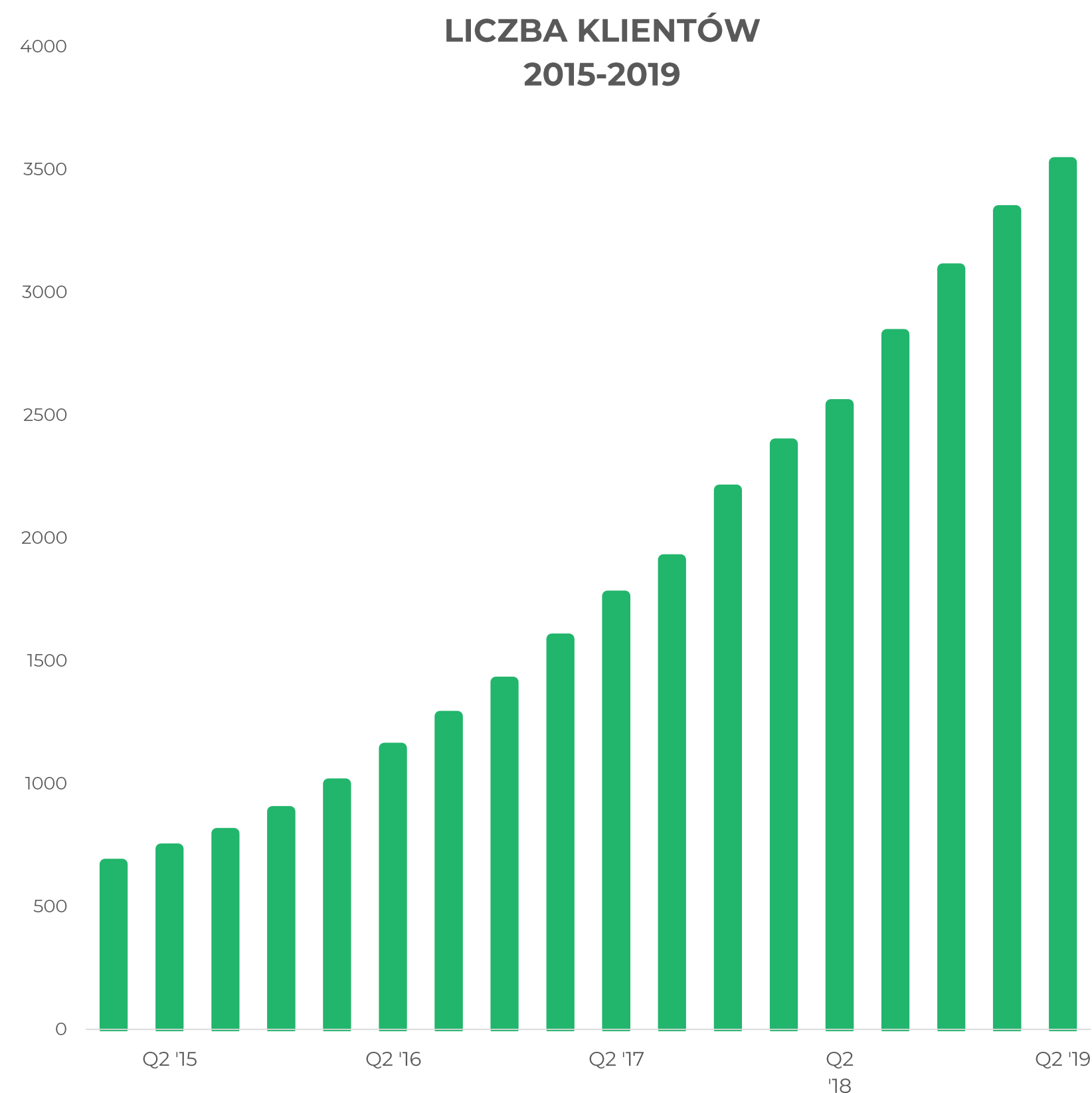


3. Omówienie danych operacyjnych

Na koniec II kwartału 2019 roku Grupa posiadała 3.529 aktywnych użytkowników swojego autorskiego narzędzia, co w porównaniu do II kwartału 2018 roku jest wynikiem wyższym o 985 klientów (2.544 aktywnych kont na koniec I kwartału 2018 roku).

Grupę charakteryzuje wysokie historyczne tempo wzrostu liczby klientów, w okresie Q1 2016 – Q1 2019 łączna liczba klientów wzrosła netto o ponad 2.3 tys., co oznacza średnioroczne tempo wzrostu (CAGR) dla wspomnianego okresu na poziomie 46%.

Grupa obecnie skupia się przede wszystkim na sprzedaży globalnej, na rynkach całego świata. Wśród klientów Grupy są firmy z ponad 100 państw.



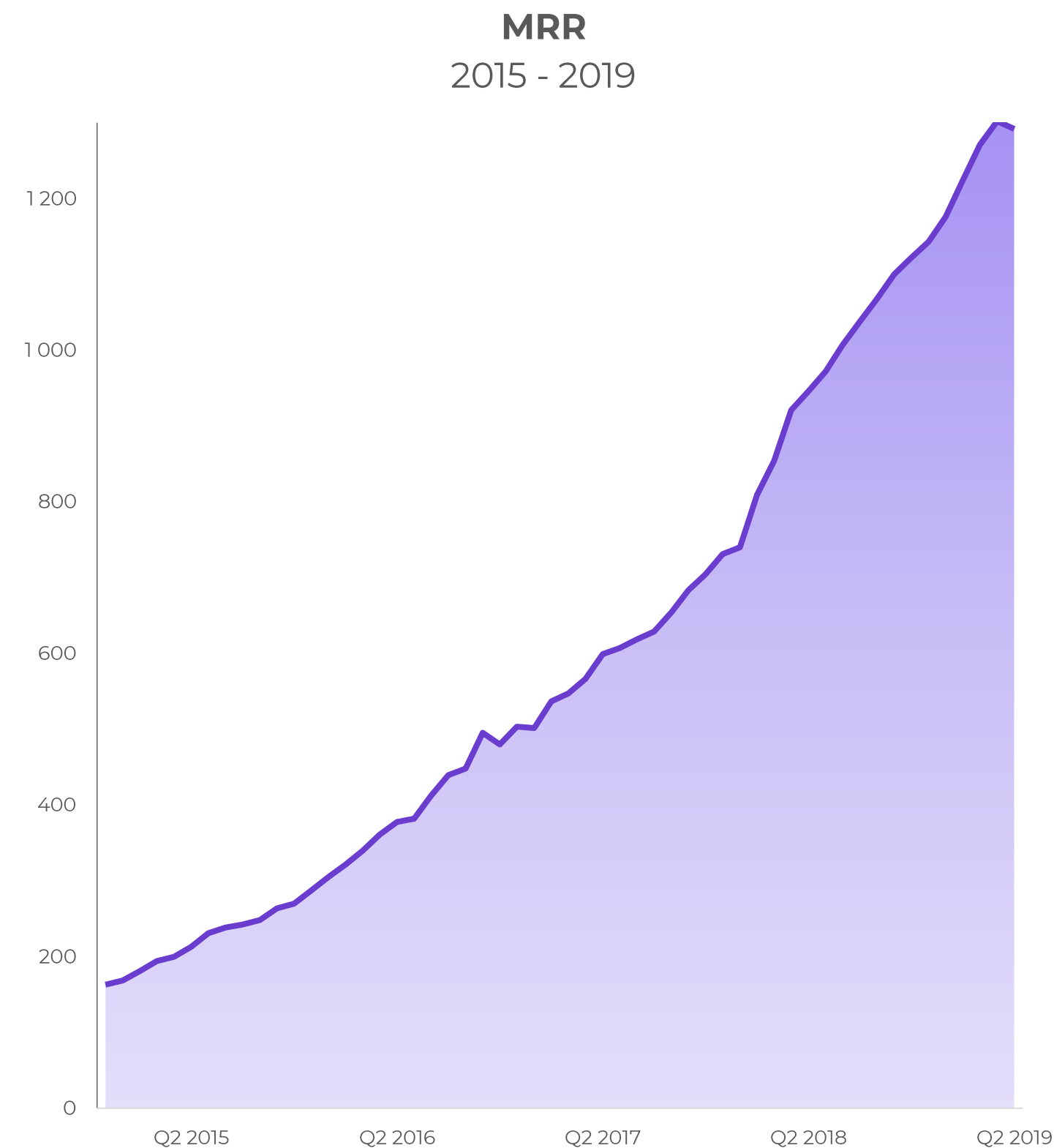
3. Omówienie danych operacyjnych

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

W okresie Q2 2016 – Q2 2019 wzrostowi liczby klientów towarzyszył dynamiczny wzrost miesięcznych powtarzalnych przychodów (MRR – Monthly Recurring Revenue) na poziomie 51% CAGR.

Na koniec II kwartału 2018 roku MRR wynosił 946 tys. PLN. W czerwcu 2019 roku MRR urósł do poziomu 1 292 tys. PLN, co oznacza wzrost o prawie 350 tys. PLN.

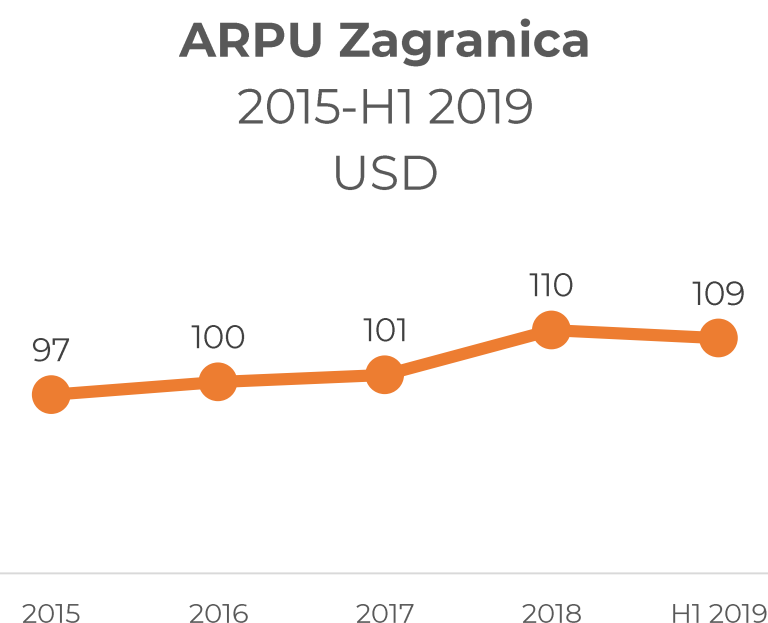
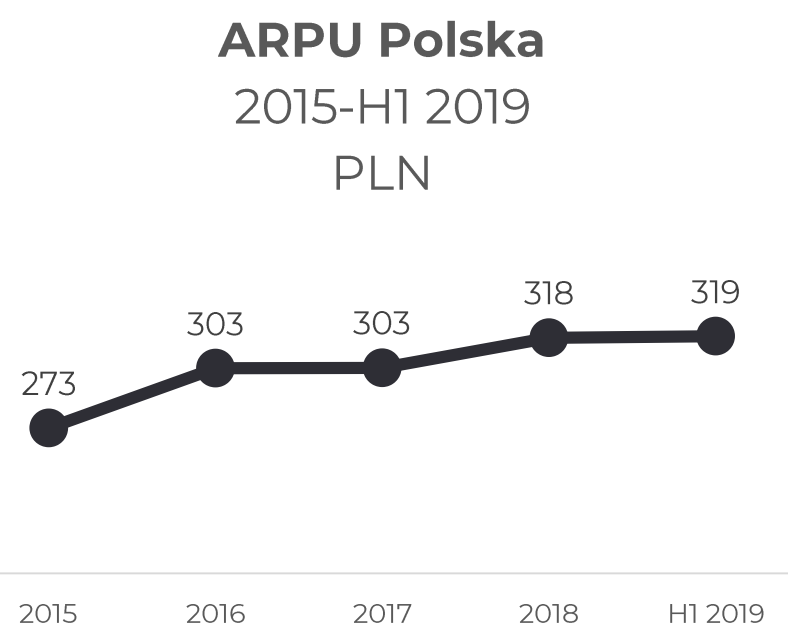
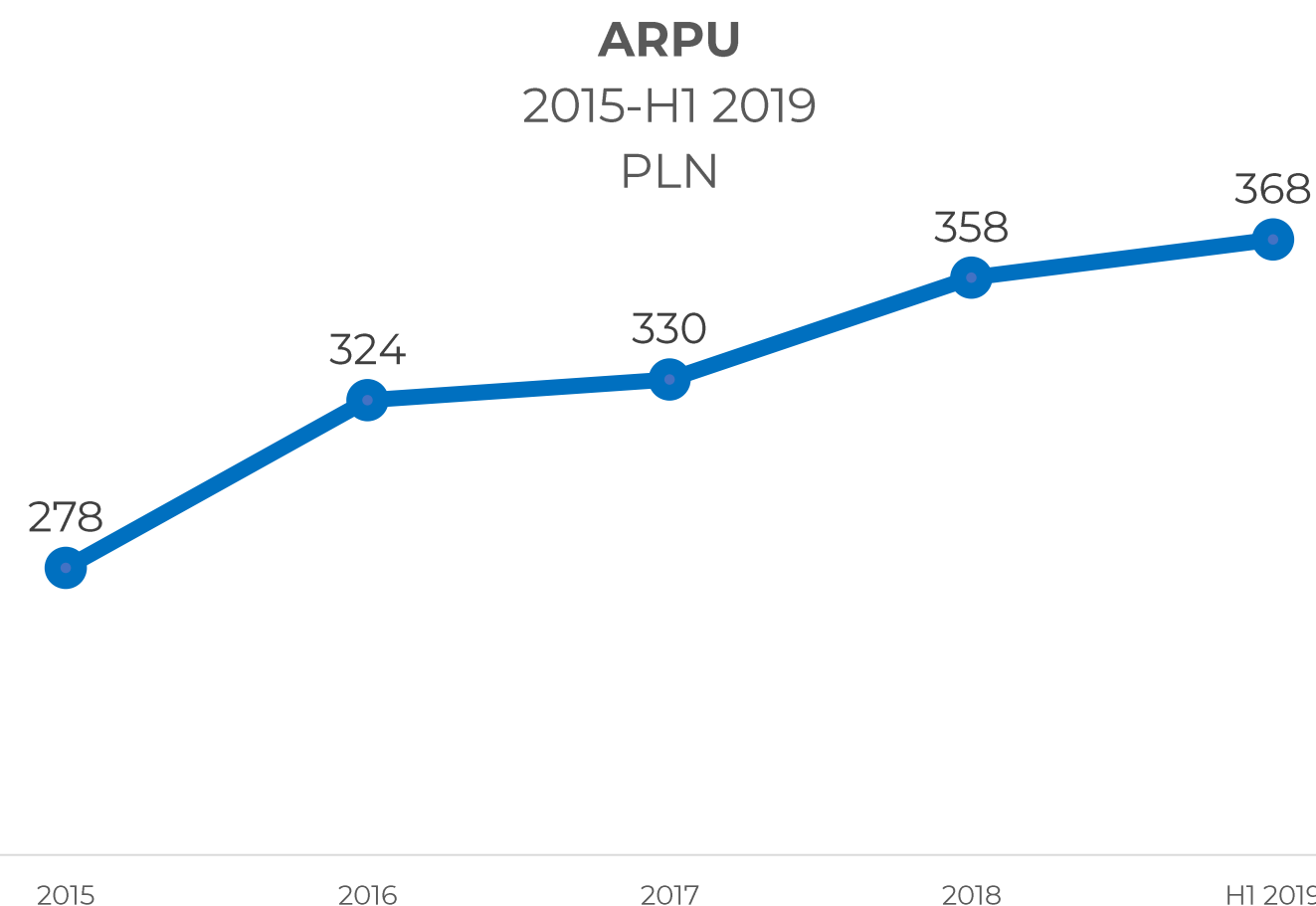
Wersja globalna narzędzia jest istotnym motorem napędowym wzrostu przychodów oraz liczby klientów Brand 24, a jej rozwój w opinii Zarządu jest kluczowy dla wzrostu wartości Spółki w przyszłości.



3. Omówienie danych operacyjnych

Wzrostowi liczby klientów towarzyszy wzrost średniego przychodu przypadającego na klienta (ARPU – average revenue per user), który w I połowie 2019 roku wynosił średnio 368 PLN.

Średnie ARPU (368 PLN) z I półrocza 2019 roku w porównaniu do średniej z zeszłego roku wzrosło o 10 PLN. Zmiana ta spowodowana jest wzrostem portfela klientów zagranicznych, którzy charakteryzują się wyższym ARPU niż klient wersji polskiej. Na zmianę średniego ARPU ma również wpływ kurs dolara, który średnio w sześciu pierwszych miesiącach 2019 roku był wyższy w porównaniu do średniego kursu roku 2018.



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 portfelu wszystkich klientów Grupy Brand 24 skutkuje stopniowym wzrostem całkowitego ARPU spółki (przy założeniu stabilnego kursu dolara).

3. Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa GK Brand 24

Pozycja	w tys. PLN		
	Q2 2019	Q2 2018	Zmiana
Przychody netto ze sprzedaży	4 078	2 872	1 206
Koszty sprzedanych produktów	1 698	1 478	221
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	2 380	1 394	985
Koszty sprzedaży	1 409	977	432
Pozostałe koszty ogólnego zarządu	935	694	241
Pozostałe przychody operacyjne	0	1	(1)
Pozostałe koszty operacyjne	22	18	4
Koszty wyceny programu motywacyjnego	-	-	-
Zysk (strata) z działalności operacyjnej	14	(293)	307
EBITDA	604	208	396
Przychody finansowe	0	1	(1)
Koszty finansowe	33	(2)	35
Zysk (strata) brutto	(20)	(291)	271
Zysk (strata) netto	(14)	(245)	231

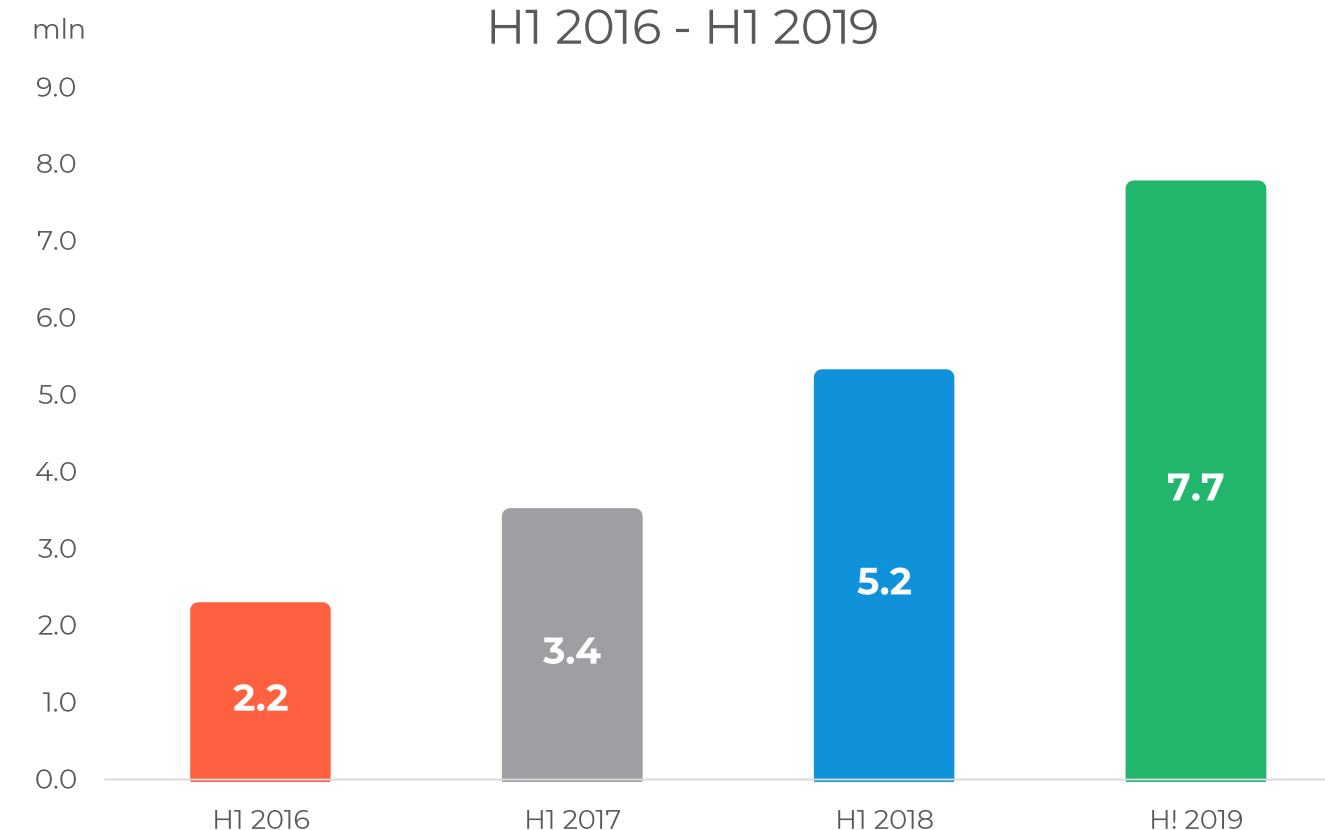
Grupa w I połowie 2019 roku osiągnęła skonsolidowane przychody na poziomie 7.7 (4.1 w Q2'19) mln PLN. W porównaniu do poprzedniego roku w analogicznym okresie zanotowała wzrost przychodów o 2.5 mln PLN (+47%). Silny wzrost przychodów jest efektem dynamicznego wzrostu liczby aktywnych klientów korzystających z narzędzia Brand24 oraz poprawy wskaźnika ARPU. Liczba klientów w porównaniu do II kwartału 2018 roku zwiększyła się o 985 aktywne konta. Zwiększenie liczby klientów wynika z intensywnego rozwoju wykorzystywanych narzędzi oraz kanałów sprzedażowych.

Powiększenie bazy aktywnych klientów przekłada się również na wyższe koszty bezpośrednie. Grupa również zwiększa nakłady na rozwój produktu poprzez rozbudowywanie funkcjonalności rozwiązania Brand 24, co w perspektywie czasu powinno wpłynąć na dalsze powiększanie bazy klientów.

Mimo wyższych kosztów Grupa sukcesywnie pomniejsza stratę netto dzięki wysokiej dynamice wzrostu na przychodach. Pozwala to również na poprawę rentowności biznesu na wszystkich głównych wskaźnikach.

PRZYCHODY ZE SPRZEDAŻY

H1 2016 - H1 2019



3. Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa GK Brand 24

AKTYWA Pozycja	w tys. PLN		
	30.06.2019	31.12.2018	Zmiana
Aktywa trwałe	4 453	4 223	230
Rzeczowe aktywa trwałe	192	137	54
Aktywa z tytułu prawa do użytkowania	927	1 638	(711)
Wartości niematerialne	2 785	2 017	769
Należności długoterminowe z tytułu kaucji	137	63	73
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	405	364	41
Pozostałe aktywa trwałe	7	3	3
Aktywa obrotowe	1 891	1 871	20
Należności handlowe	1 105	959	147
Należności z tytułu bieżącego podatku dochodowego	-	-	-
Pozostałe należności	266	159	107
Rozliczenia międzyokresowe	108	117	(8)
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	411	636	(225)
Aktywa razem	6 344	6 094	250

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		
	30.06.2019	31.12.2018	Zmiana
Kapitał własny	2 310	2 340	(30)
Kapitał podstawowy	201	201	-
Kapitał zapasowy	5 185	5 185	-
Pozostałe kapitały	3 042	3 042	-
Różnice kursowe z przeliczenia	(1)	(5)	4
Niepodzielony wynik finansowy	(6 083)	(4 327)	(1 755)
Wynik finansowy bieżącego okresu	(34)	(1 755)	1 722
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	4 034	3 754	280
Zobowiązania z tytułu leasingu	969	1 708	(739)
Zobowiązania handlowe	821	620	200
Zobowiązania do wykonania świadczenia	1 304	1 102	202
Rezerwy	214	165	48
Pozostałe	727	159	568
Pasywa razem	6 344	6 094	250

Grupa w II kwartale 2019 roku korzystała z dostępnego kredytu w rachunku bieżącym, stąd wyższy poziom zobowiązań z tego tytułu.

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.

3. Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa GK Brand 24

PRZEPIŁYWY PIENIĘŻNE Pozycja	w tys. PLN		
	H1 2019	H1 2018	Zmiana
Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej	1 449	333	1 116
Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej	(1 218)	(678)	(540)
Przepływy pieniężne z działalności finansowej	(456)	(780)	324
Przepływy pieniężne netto	(225)	(1 125)	899
Środki pieniężne na początek okresu	636	2 577	(1 940)
Środki pieniężne na koniec okresu	411	1 452	(1 041)

Spółka, tak jak w latach poprzednich, inwestuje środki pieniężne ze sprzedaży produktu w jego rozwój i zasoby dedykowane powiększaniu bazy klientów. Poprawa rentowności operacyjnej w drugim kwartale 2019 roku w porównaniu do okresu porównawczego pozytywnie wpływa na przepływy pieniężne.

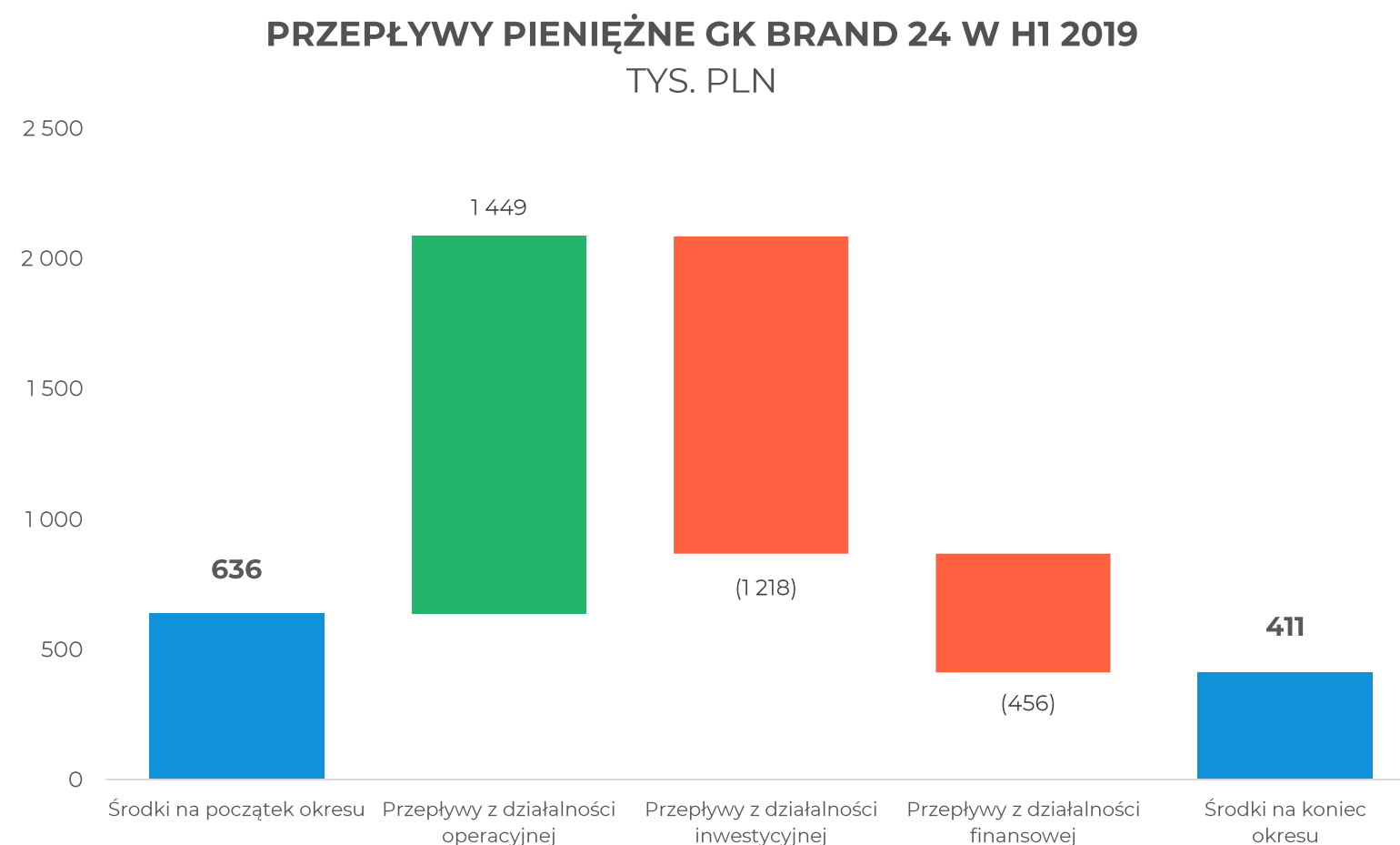
Działalność inwestycyjna jest realizowana poprzez prace rozwojowe nad narzędziem Brand24, tak aby sprostać potrzebom klientów i utrzymać konkurencyjność na rynku.

Najistotniejszą pozycją przepływów pieniężnych z działalności finansowej są płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu oraz przepływy wynikające z korzystania z kredytu obrotowego.

Prognozy wyników finansowych

Emitent nie publikował jednostkowych oraz skonsolidowanych prognoz wyników finansowych na rok 2019.

Niezależnie od powyższego w 2019 roku w Grupie funkcjonuje Program Motywacyjny oparty m.in. o wyniki finansowe Grupy. Szczegółowe informacje na ten temat zostały zamieszczone w punkcie *Program Motywacyjny*.



STRATEGIA



Strategia Grupy Brand 24

4. Strategia Grupy Kapitałowej Brand 24

Celem Grupy Brand 24 jest wzrost wartości dla akcjonariuszy, którego przejawem będzie istotne zwiększenie generowanych wyników finansowych w oparciu o dynamiczny wzrost liczby klientów, który należy traktować jako główną jednostkę przychodową. Oczekiwany wzrost wyników Grupy powinien nastąpić, dzięki realizacji następujących celów pośrednich:



unifikacja narzędzia poprzez połączenie wersji polskiej i globalnej, utrzymaniu i umocnieniu pozycji lidera na krajowym rynku monitoringu sieci Internet i mediów społecznościowych



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

Osiągnięcie powyższych celów będzie możliwe dzięki:



rozwojowi źródeł pozyskania klienta, obecnie sprzedaż realizowana jest wyłącznie w oparciu o ruch przychodzący (inbound marketing), który polega na umożliwieniu odbiorcom samodzielnego odnalezienia w Internecie oprogramowania Brand24, przetestowanie go oraz zakupienie do niego dostępu w możliwie zautomatyzowany sposób i przy możliwie minimalnym kontakcie z pracownikami Grupy; w przeciwieństwie do tradycyjnych działań marketingowych, marketing oparty o ruch przychodzący polega na ekspozycji produktu „na drodze” klienta szukającego oprogramowania takiego jak Brand24.



poprawie konwersji z wersji testowej narzędzia do wersji płatnej co odbywać się będzie poprzez:

- 1) optymalizację tzw. ścieżki konwersji, czyli drogi jaką musi odbyć użytkownik, aby stać się płatnym klientem oraz
- 2) optymalizację jakości i ilości danych, jakie otrzymuje użytkownik chwilę po założeniu konta.



działaniami umożliwiającym utrzymanie klienta. Jednym z kluczowych wyzwań każdej firmy działającej w modelu SaaS jest nieustająca minimalizacja liczby klientów, którzy rezygnują z dostępu do oprogramowania (tzw. „churn”). Warto jednak podkreślić, że na obecnym etapie edukacji rynku, część klientów wykorzystuje oprogramowanie do monitoringu Internetu projektowo (czyli przez określony, stosunkowo krótki czas), głównie w celu monitoringu konkretnej kampanii reklamowej, konkursu lub w ramach cyklicznych audytów. W takim modelu narzędzie nie jest wykorzystywane w codziennej pracy. Dlatego jednym z największych wyzwań na najbliższe lata jest edukacja, która pokazuje oprogramowanie Brand24 jako produkt codziennego użytku dla firm małych i średnich.

Realizacja strategii działania w perspektywie najbliższych kilkunastu miesięcy finansowana będzie w szczególności z środków własnych, wygenerowanych z bieżącej sprzedaży usług. Środki te zostaną przeznaczona na:

(i) rozwój oprogramowania Brand24, poprzez zwiększenie zatrudnienia w zespole programistów

Zgodnie z założeniami strategii, zwiększenie zatrudnienia w zespole programistów pozwoli na usprawnienie oprogramowania Brand24, które skutkować będzie:

- poprawą konwersji z wersji testowej narzędzia do wersji płatnej,
- minimalizacją odpływu klientów dzięki poprawie jakości produktu,
- unifikacją narzędzia Brand24, która pozwoli na odejście od podziału na wersję globalną i polską.

(ii) oraz na zwiększenie budżetów działań marketingowych mających na celu poprawę dynamiki pozyskiwania klientów międzynarodowych

Zwiększenie budżetów działań marketingowych pozwoli na dalszy rozwój źródeł pozyskania klient w oparciu o ruch przychodzący (inbound marketing), między innymi poprzez:

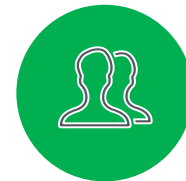
- tworzenie treści edukacyjnych dla segmentu, w którym Grupa Brand 24 operuje,
- animowanie dyskusji powiązanych z branżą,
- udział w konferencjach, webinarach oraz warsztatach branżowych,
- dbanie o to aby produkt znajdował się na szczycie list w wyszukiwarkach internetowych, oraz prowadzenie kampanii reklamowych,
- budowanie relacji z osobami wpływowymi w Internecie,
- programy afiliacyjne.

INFORMACJE KORPORACYJNE



Akcje i akcjonariat

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



Władze

- Zarząd
- Rada Nadzorcza

Struktura kapitału zakładowego Brand 24 SA

Kapitał podstawowy

Na dzień 30 czerwca 2019 roku kapitał zakładowy Spółki składał się z 2.007.302 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;
- 110 000 akcji serii I.

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 10 214.30 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.

Kapitał docelowy

Zgodnie z treścią § 4 ust. 7 Statutu Spółki, kapitał zakładowy może być podwyższony o kwotę nie wyższą niż 14 445.40 PLN w drodze emisji 144 454 akcji zwykłych na okaziciela o wartości nominalnej 0.10 PLN każda akcja. Uchwałą Zarządu z dnia 30 października 2017 roku dokonano emisji nie więcej niż 110.000 akcji zwykłych na okaziciela serii I w ramach kapitału docelowego o łącznej wartości nominalnej 11 000.00 PLN.

W związku z dookreśleniem przez Zarząd wysokości objętego kapitału zakładowego, na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania Zarząd Spółki może jeszcze dokonać podwyższenia kapitału zakładowego w ramach upoważnienia przewidzianego w § 4 ust. 7 Statutu o kwotę nie wyższą niż 3 445.40 PLN.

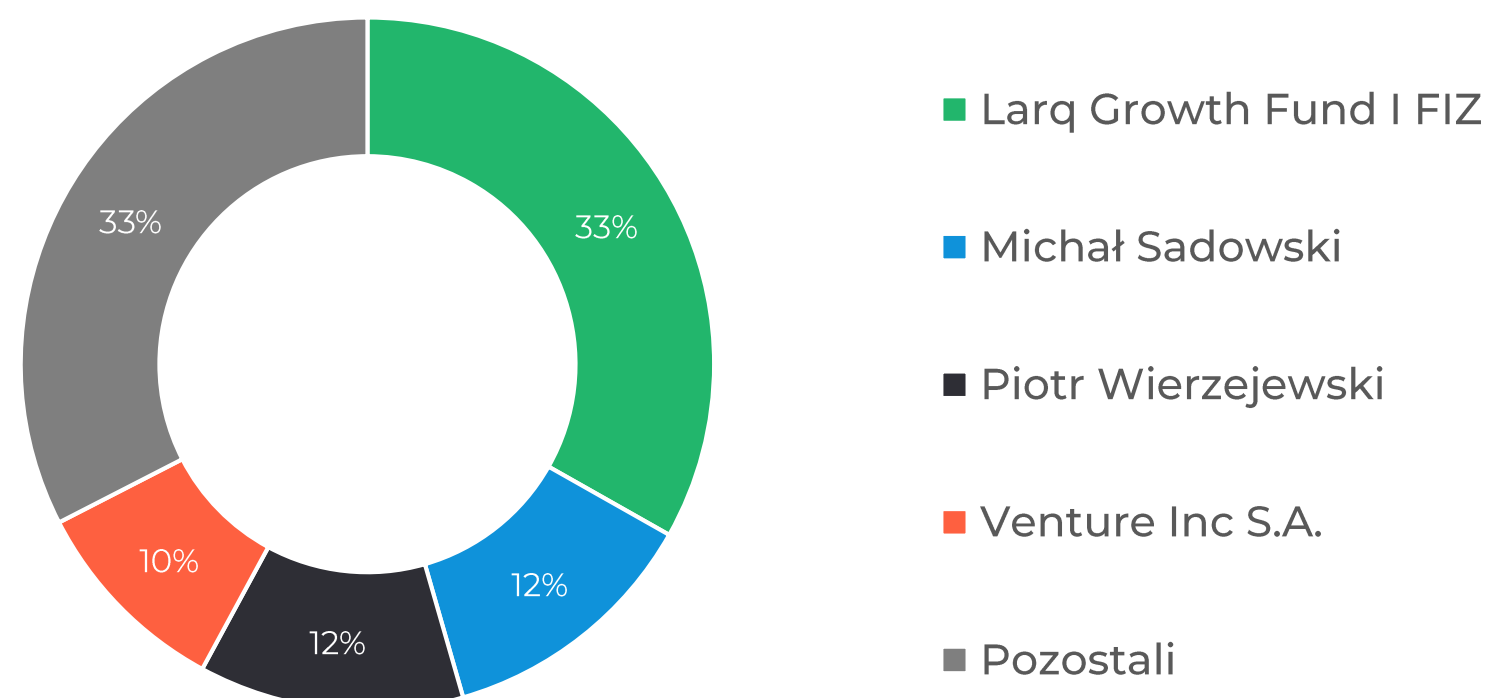
5. Akcje i akcjonariat

Struktura akcjonariatu

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

Akcjonariusz	Liczba akcji/głosów	Udział w kapitale zakładowym/ogólnej liczbie głosów
Larq Growth Fund I FIZ	666 281	33.19%
Michał Sadowski	248 028	12.36%
Piotr Wierzejewski	248 028	12.36%
Venture Inc S.A.	191 682	9.55%
Pozostali	653 283	32.54%
RAZEM	2 007 302	100.00%

W stosunku do struktury akcjonariatu przedstawionej w raporcie za Q1 2019 zmniejszeniu - z 35,78% do 33,19% - uległ stan posiadania Larq Growth Fund I FIZ.



Akcje w obrocie na NewConnect

W obrocie notowanych jest 1.999.540 akcji Spółki. Akcje te są notowane pod nazwą skróconą „BRAND24” i z oznaczeniem „B24”.

Poza obrotem znajduje się 7.762 akcji wyemitowanych w listopadzie 2018 roku w ramach kapitału warunkowego.

5. Akcje i akcjonariat

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 będą mogli 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 przeznaczanego 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 będzie 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 będzie rozliczany co roku, a jego całkowite rozliczenie nastąpi po zatwierdzeniu sprawozdania finansowego Emitenta za 2020 roku, zgodnie ze szczegółowymi warunkami Programu Motywacyjnego.

Zarząd

W II kwartale 2019 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 16 lat doświadczenia w branży informatycznej, z czego 11 lat na stanowiskach zarządczych.

Rada Nadzorcza

Od początku br. do dnia 26 czerwca 2019 roku w skład Rady Nadzorczej Spółki wchodziły następujące osoby:

- Mikołaj Chruszczewski - Przewodniczący Rady Nadzorczej,
- Mariusz Ciepły - Członek Rady Nadzorczej,
- Jarosław Roszkowski - Członek Rady Nadzorczej,
- Maciej Matysz - Członek Rady Nadzorczej,
- Adam Michalewicz - Członek Rady Nadzorczej.

26 czerwca 2019 roku nastąpiły zmiany w składzie Rady Nadzorczej, która od tego dnia do dnia przekazania niniejszego raportu funkcjonowała w następującym składzie:

- Mariusz Ciepły - Członek Rady Nadzorczej,
- Karol Wnukiewicz - Członek Rady Nadzorczej,
- Maciej Matysz - Członek Rady Nadzorczej,
- Adam Michalewicz - Członek Rady Nadzorczej,
- Anna Krawczyńska-Nowak - 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 2019 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 2019 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 2019 roku wynosiło 16,33 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 2019 roku Emitent współpracował z ok. 77 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 2019 roku Grupa kontynuowała prace nad usprawnieniem i rozwojem narzędzia informatycznego będącego podstawą świadczenia przez Grupę usług swoim klientom. Na dzień 30 czerwca 2019 roku kwota niezakończonych prac rozwojowych wyniosła 639 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