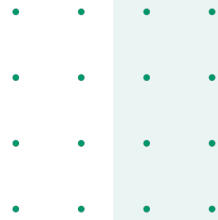
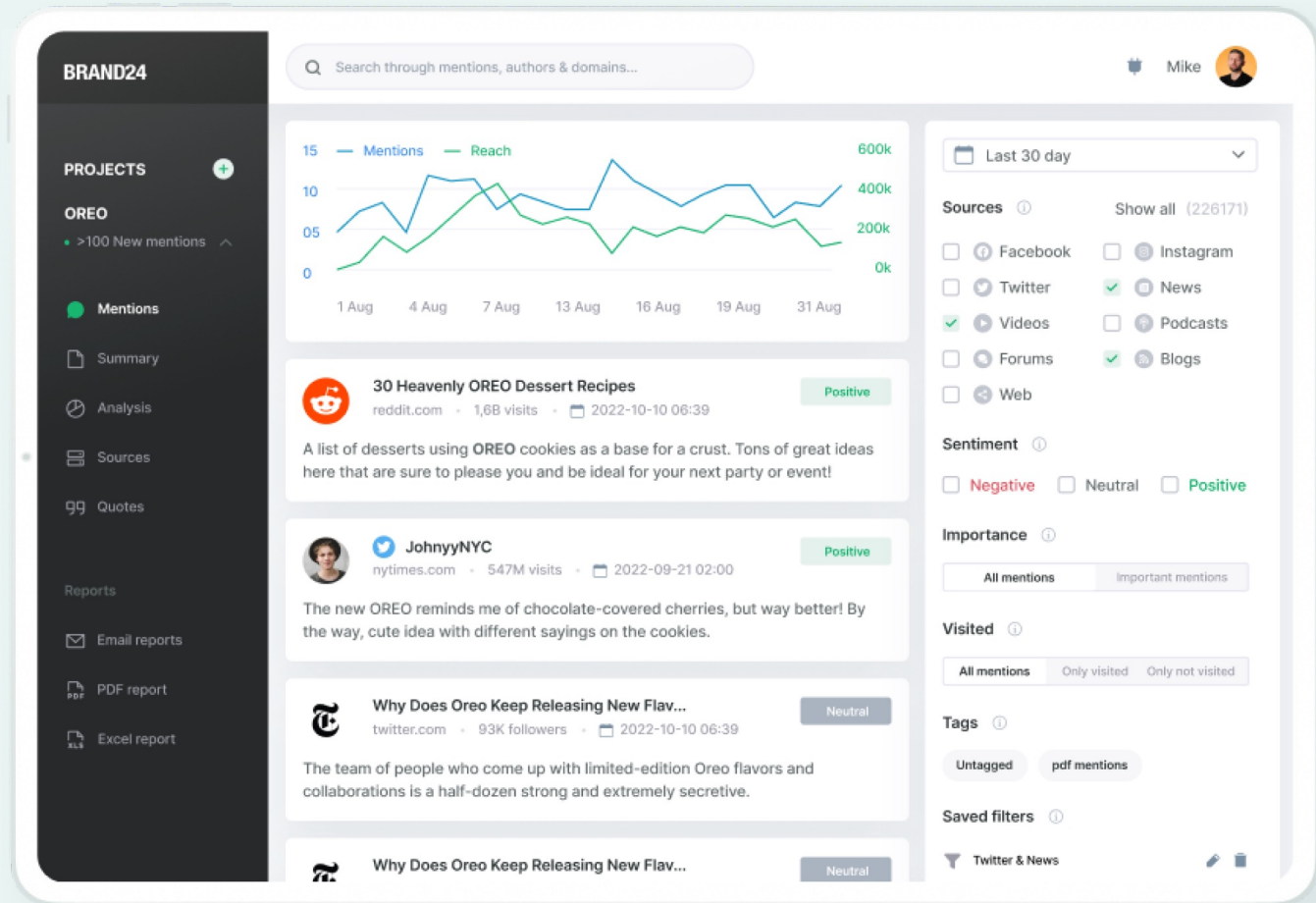


30 WRZEŚNIA 2025 ROKU  
WROCŁAW



Sprawozdanie Zarządu z działalności Brand 24 S.A  
oraz Grupy Kapitałowej Brand 24 w I półroczu 2025  
roku

# BRAND24





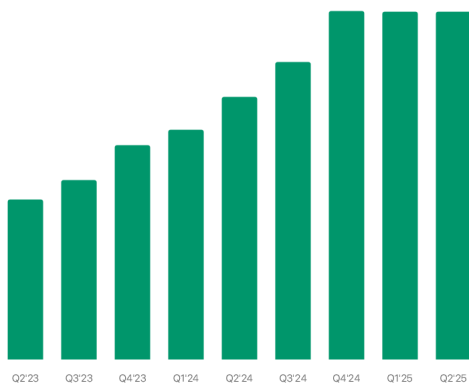
# Podsumowanie Q2

## Przychody

+1.5 mln

# 9.9 mln

przychodów w Q2'25 (vs. Q2'24)  
wzrost o 17% r/r



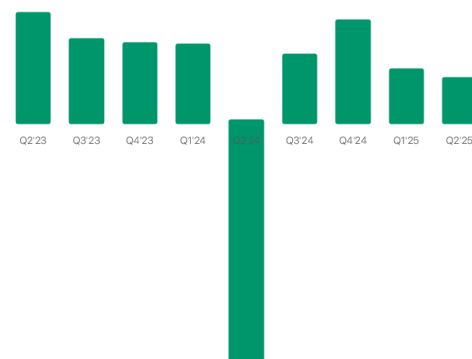
Przychody w ujęciu kwartalnym. Ponad 80% obecnych przychodów generuje sprzedaż zagraniczna Brand24

## EBIT

+4.0 mln

# 0.6 mln

skonsolidowany EBIT  
za Q2'25 (vs. Q2'24)



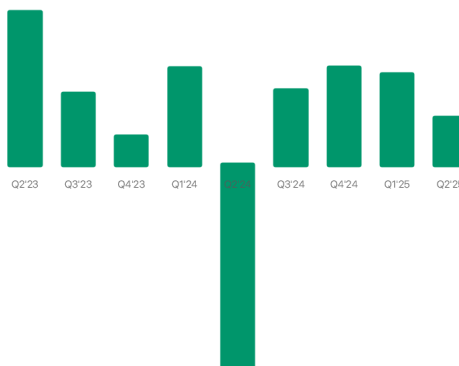
EBIT – Wykres przedstawia wynik operacyjny

## Zysk netto

+3.0 mln

# 0.6 mln

skonsolidowany zysk netto  
za Q2'25 (vs. Q2'24)



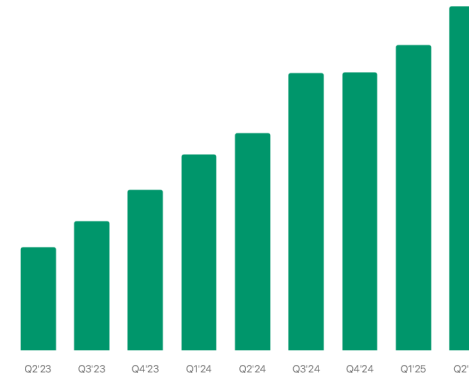
Zysk netto – Wykres przedstawia wynik netto

## ARR

+8.0 mln

# 41.5 mln

ARR - Annual Run Rate ze wszystkich produktów  
subskrypcyjnych na koniec Q2'25 (vs. Q2'24)



ARR - Annual Run Rate (roczna kalkulacja przychodów obliczona jako dwunastokrotność MRR ze wszystkich produktów subskrypcyjnych)

<b>1</b>	<b>Wybrane dane finansowe</b>	Str. 4-6	<b>5</b>	<b>Informacje korporacyjne</b>	Str. 31-34
				Akcje i akcjonariat	
				Struktura kapitału zakładowego	
				Struktura akcjonariatu	
				Program motywacyjny	
				Władze	
				Zarząd	
				Rada Nadzorcza	
<b>2</b>	<b>Sytuacja finansowa</b>	Str. 7-12	<b>6</b>	<b>Pozostałe informacje</b>	Str. 35-36
	Omówienie danych operacyjnych			Zasady sporządzenia sprawozdań finansowych	
	Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa			Postępowania przed sądem, organem właściwym dla postępowania arbitrażowego lub organem administracji publicznej	
	Prognozy wyników finansowych			Informacja o zatrudnieniu	
				Osiągnięcia w dziedzinie badań i rozwoju	
				Inne informacje, które zdaniem Spółki są istotne dla sytuacji Spółki i Grupy Kapitałowej	
<b>3</b>	<b>Działalność Brand24</b>	Str. 13-23			
	Informacja nt. Grupy Kapitałowej Brand 24				
	Działalność Grupy Kapitałowej				
	Model biznesowy – oferta produktowa				
	Odbiorcy usług				
	Najważniejsze wydarzenia w 1H 2025 oraz do dnia sporządzenia sprawozdania				
	Obszar finansowy				
	Umowy finansowe				
	Transakcje z podmiotami powiązanymi				
	Emisje papierów wartościowych				
	Inwestycje				
<b>4</b>	<b>Strategia Brand24</b>	Str. 24-30			
	Strategia Brand24				

BRAND24



**Dane  
finansowe**



# Dane finansowe

## Wybrane skonsolidowane dane finansowe grupy kapitałowej Brand24

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

- kurs obowiązujący w dniu 30 czerwca 2025 roku 1 EUR = 4,2419 PLN
- kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2024 roku 1 EUR = 4,2730 PLN

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

- w okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2025 roku 1 EUR = 4,2208 PLN
- w okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2024 roku 1 EUR = 4,3109 PLN

\*EBITDA = wynik operacyjny + amortyzacja

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

Pozycja	w tys. PLN		w tys. EUR	
	H1'25	H1'24	H1'25	H1'24
Przychody ze sprzedaży	19 803	16 330	4 692	3 788
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	9 511	8 144	2 253	1 889
EBITDA	3 775	(258)	894	(60)
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	1 312	(2 302)	311	(534)
Zysk (strata) netto	1 655	(1 297)	392	(301)
	30.06.2025	31.12.2024	30.06.2025	31.12.2024
Aktywa razem	26 579	25 354	6 266	5 934
Aktywa obrotowe	10 213	9 446	2 408	2 211
Kapitał własny	13 203	11 411	3 113	2 670
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	13 376	13 943	3 153	3 263
Zobowiązania długoterminowe	4 327	5 192	1 020	1 215

# Dane finansowe

Wybrane jednostkowe dane finansowe Brand 24 S.A.

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

- kurs obowiązujący w dniu 30 czerwca 2025 roku 1 EUR = 4,2419 PLN
- kurs obowiązujący w dniu 31 grudnia 2024 roku 1 EUR = 4,2730 PLN

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

- w okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2025 roku 1 EUR = 4,2208 PLN
- w okresie od 1 stycznia do 30 czerwca 2024 roku 1 EUR = 4,3109 PLN

\*EBITDA = wynik operacyjny + amortyzacja

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

Pozycja	w tys. PLN		w tys. EUR	
	H1'25	H1'24	H1'25	H1'24
Przychody ze sprzedaży	18 459	15 911	4 373	3 691
Zysk (strata) brutto ze sprzedaży	9 045	8 578	2 143	1 990
EBITDA	3 379	311	801	72
Zysk (strata) na działalności operacyjnej	916	(1 733)	217	(402)
Zysk (strata) netto	1 444	(897)	342	(208)
	30.06.2025	31.12.2024	30.06.2025	31.12.2024
Aktywa razem	25 404	23 855	5 989	5 583
Aktywa obrotowe	9 067	8 478	2 137	1 984
Kapitał własny	11 936	12 186	2 814	2 852
Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania	13 468	11 669	3 175	2 731
Zobowiązania długoterminowe	4 327	5 192	1 020	1 215

---

# Sytuacja finansowa



**Omówienie danych operacyjnych**



**Wyniki finansowe oraz sytuacja majątkowa**



**Prognozy wyników finansowych**

# Dane operacyjne

## Omówienie danych operacyjnych

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

Na koniec I półrocza 2025 roku Grupa zanotowała MRR dla narzędzia Brand24 większy o 26% w ujęciu rok do roku poprawiając kluczowe wskaźniki operacyjne wpływające na wzrost MRR – pozyskiwanie przychodów z nowych klientów, utrata przychodów odchodzących klientów i w efekcie średni przychód z klienta.

Grupa Brand24 w sposób ciągły kontynuuje proces zmian cennikowych dla obecnych i nowych klientów narzędzia, co ma pozytywny wpływ na wzrost MRR. Jednocześnie klienci otrzymują nowe funkcje w ramach narzędzia, opisane w dalszej części raportu, co przekłada się na większe chęci zakupowe i oraz na przesuwanie klientów na wyższe plany abonamentowe.

Poza przychodami uzyskiwanymi z narzędzia Brand24 spółka sprzedaje również nowe produkty – Insights24 oraz aplikację Media Monitoring na platformie Semrush Marketplace. Produkty te w okresie I półrocza 2025 roku wygenerowały łącznie 418 tys. USD przychodu.

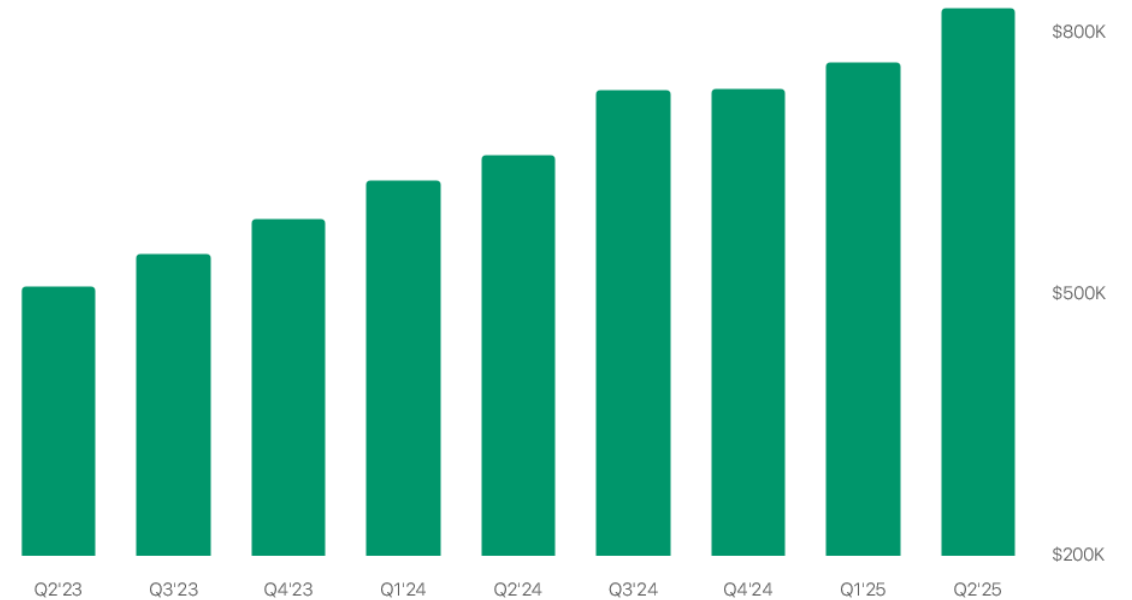
Poza wskaźnikami operacyjnymi, wpływ finansowy na MRR ma również kurs dolara amerykańskiego, który jest ostatecznie raportowany w przychodach Grupy.

Wersja globalna narzędzia jest istotnym motorem napędowym wzrostu przychodów oraz liczby klientów Brand24, a jej rozwój w opinii Zarządu jest kluczowy dla wzrostu wartości Spółki w przyszłości.

Na koniec I półrocza 2025 roku operacyjny MRR wynosił 822 tys. USD (3.2 mln PLN).

kluczowe wskaźniki

## MRR





# Dane operacyjne

## Omówienie danych operacyjnych

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

Średni wskaźnik ARPU na koniec I półrocza 2025 roku wzrósł do poziomu 222 USD (862 PLN), co oznacza wzrost o 35% w porównaniu do analogicznego okresu poprzedniego roku. Grupa kontynuuje proces aktualizacji cennika produktowego dla poszczególnych grup klientów.

Jednocześnie w pierwszym półroczu 2025 roku ARPU tylko na nowych klientach urosło do poziomu 306 USD (1186 PLN) co daje przestrzeń na dalsze wzrosty tego wskaźnika w przyszłości.

Wersję globalną narzędzia charakteryzuje wyższy poziom ARPU co jest pochodną cennika oraz większego odsetka klientów wybierających najdroższą wersję planu abonamentowego.

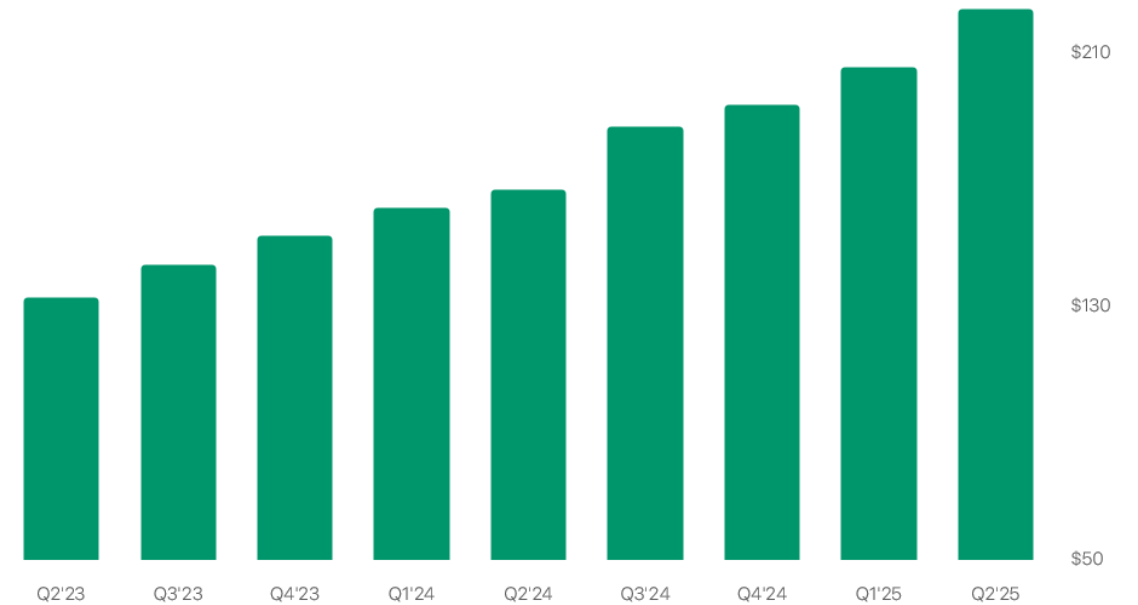
Zwiększający się udział klientów zagranicznych (o wyższym ARPU niż w wersji polskiej narzędzia) w portfolio wszystkich klientów Grupy Brand 24 skutkuje stopniowym wzrostem całkowitego ARPU spółki (przy założeniu stabilnego kursu dolara).

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

- zmiana cen dla istniejących klientów;
- przebudowa cennika dla nowych klientów;
- kurs USD względem PLN ;
- pojawienie się nowych funkcji aplikacji BRAND24;
- geograficzny podział klientów korzystających z narzędzia Brand 24.

kluczowe wskaźniki

## ARPU



# Wyniki finansowe

## Podsumowanie H1 2025 roku

Grupa Brand 24 zakończyła I półrocze 2025 roku ze skonsolidowanymi przychodami na poziomie 19.8 mln zł, o 3.5 mln zł więcej (+21% r/r) niż w analogicznym okresie roku poprzedniego. Wzrosty przychodów wynikają bezpośrednio z większego MRR, w tym w szczególności z ARPU, co jest efektem lepszej sprzedaży, zmian cennikowych głównego produktu oraz sprzedaży nowych produktów Grupy – Insights24 oraz aplikacji Media Monitoring na platformę Semrush Marketplace. Na ostateczny wynik przychodów Grupy mają wpływ przychody z produktów, pozostałe przychody niesubskrypcyjne oraz kursy walut.

Skonsolidowana EBITDA Grupy wyniosła w I półroczu 2025 roku 3.8 mln PLN, co oznacza wzrost o 4 mln PLN w stosunku do analogicznego okresu w roku poprzednim.

Koszty operacyjne w II kwartale tego roku były na podobnym poziomie co w kwartale I - 9.3 mln PLN. Na koszty II kwartału nie miała wpływu nowa umowa podpisana z X Internet Unlimited Company na dostarczanie danych, o której Spółka informowała w RB 19/2025, jej wpływ będzie widoczny w wynikach Grupy od III kwartału 2025 roku.

Spółka kontynuuje inwestycje w rozwój nowych kanałów sprzedażowych oraz wdrażanie nowoczesnych technologii, co w dalszej perspektywie wpływa na poziom cen oferowanych usług. W marcu 2025 r. Spółka dokonała zmiany cennika dla nowych klientów, koncentrując ofertę na segmencie Enterprise. Podjęte działania powinny przełożyć się na dalszy wzrost przychodów.

Przychody/Koszty finansowe związane są z obsługą kredytową oraz wyceną z tytułu różnic kursowych.

Grupa cały czas inwestuje w rozwój produktów, nie tylko poprzez inwestycje w produkty, ale także poprzez koszty pozyskania klienta. Grupa obecnie skupia się na budowaniu nowych produktów oraz poprawie marżowości operacyjnej biznesu. W perspektywie czasu powinno to wpłynąć na dalsze powiększanie przychodów ze sprzedaży oraz rentowności.

Pozycja	w tys. PLN		
	H1'25	H1'24	Zmiana
<b>Przychody netto ze sprzedaży</b>	<b>19 803</b>	<b>16 330</b>	<b>3 473</b>
Koszty sprzedanych usług	10 292	8 186	2 106
<b>Zysk brutto ze sprzedaży</b>	<b>9 511</b>	<b>8 144</b>	<b>1 367</b>
Koszty sprzedaży	4 355	3 354	1 001
Koszty ogólnego zarządu *	4 091	7 344	(3 253)
Pozostałe przychody operacyjne	311	303	8
Pozostałe koszty operacyjne	64	51	13
<b>EBIT</b>	<b>1 312</b>	<b>(2 302)</b>	<b>3 614</b>
<b>EBITDA</b>	<b>3 775</b>	<b>(258)</b>	<b>4 033</b>
Przychody finansowe	986	815	171
Koszty finansowe	552	154	398
Zysk brutto	1 746	(1 641)	3 387
<b>Zysk netto</b>	<b>1 655</b>	<b>(1 297)</b>	<b>2 952</b>

Pozycja	w tys. PLN		
	Q2'25	Q2'24	Zmiana
<b>Przychody netto ze sprzedaży</b>	<b>9 898</b>	<b>8 446</b>	<b>1 452</b>
Koszty sprzedanych usług	4 996	4 232	764
<b>Zysk brutto ze sprzedaży</b>	<b>4 902</b>	<b>4 214</b>	<b>688</b>
Koszty sprzedaży	2 315	1 736	579
Koszty ogólnego zarządu *	2 090	5 946	(3 856)
Pozostałe przychody operacyjne	151	151	-
Pozostałe koszty operacyjne	53	50	3
<b>EBIT</b>	<b>595</b>	<b>(3 367)</b>	<b>3 962</b>
<b>EBITDA</b>	<b>1 838</b>	<b>(2 345)</b>	<b>4 183</b>
Przychody finansowe	94	214	(120)
Koszty finansowe	(13)	74	(87)
Zysk brutto	702	(3 227)	3 929
<b>Zysk netto</b>	<b>566</b>	<b>(2 458)</b>	<b>3 024</b>

\* Koszty ogólnego zarządu w Q2'24 były obciążone jednorazowym kosztem przeglądu opcji strategicznych Spółki w kwocie 4 mln PLN.

# Wyniki finansowe

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.

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. W ramach zobowiązań do wykonania świadczenia Grupa rozpoznaje przychody odroczone ze sprzedaży abonamentów na okresy dłuższe niż jeden miesiąc oraz dofinansowanie projektów B+R.

AKTYWA Pozycja	w tys. PLN		
	30.06.2025	31.12.2024	Zmiana
<b>Aktywa trwałe</b>	<b>16 366</b>	<b>15 908</b>	<b>458</b>
Rzeczowe aktywa trwałe	506	557	(51)
Aktywa z tytułu prawa do użytkowania	4 141	4 208	(67)
Wartości niematerialne	10 127	9 661	466
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	1 381	1 271	110
Pozostałe aktywa trwałe	211	211	-
<b>Aktywa obrotowe</b>	<b>10 213</b>	<b>9 446</b>	<b>767</b>
Należności handlowe	1 048	1 023	25
Należności z tytułu bieżącego podatku dochodowego	303	113	190
Pozostałe należności	1 324	431	893
Rozliczenia międzyokresowe	725	612	113
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	6 813	7 267	(454)
<b>Aktywa razem</b>	<b>26 579</b>	<b>25 354</b>	<b>1 225</b>

PASYWA Pozycja	w tys. PLN		
	30.06.2025	31.12.2024	Zmiana
<b>Kapitał własny</b>	<b>13 203</b>	<b>11 411</b>	<b>1 792</b>
Kapitał podstawowy	227	227	-
Kapitał zapasowy	7 831	7 831	-
Pozostałe kapitały	5 737	5 737	-
Różnice kursowe z przeliczenia	93	(44)	137
Zyski zatrzymane	(685)	(2 340)	1 655
<b>Zobowiązania i rezerwy na zobowiązania</b>	<b>13 376</b>	<b>13 943</b>	<b>(567)</b>
Zobowiązania z tytułu leasingu	4 342	4 379	(37)
Zobowiązania handlowe	697	1 683	(986)
Zobowiązania do wykonania świadczenia	6 469	5 856	613
Kredyty i pożyczki	-	26	(26)
Rezerwy i Pozostałe	1 868	1 999	(131)
<b>Pasywa razem</b>	<b>26 579</b>	<b>25 354</b>	<b>1 225</b>

# Wyniki finansowe

## Sytuacja majątkowa / Prognozy

Grupa, tak jak w latach poprzednich, inwestuje środki pieniężne ze sprzedaży w rozwój swoich narzędzi i zasoby dedykowane powiększaniu przychodów ze swoich produktów.

Działalność inwestycyjna jest realizowana poprzez prace rozwojowe nad swoimi narzędziami, tak aby sprostać potrzebom klientów i utrzymać konkurencyjność na rynku. W I półroczu 2025 roku wydatki na Prace Rozwojowe wyniosły 1.6 mln zł.

Najistotniejszą pozycją przepływów pieniężnych z działalności finansowej są płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu wynikające z zastosowania MSSF 16 dotyczące umów dzierżawy serwerów i wynajmu powierzchni biurowych. Grupa w I półroczu 2025 roku spłaciła całkowicie kredyt i obecnie nie ma żadnych zobowiązań kredytowych.

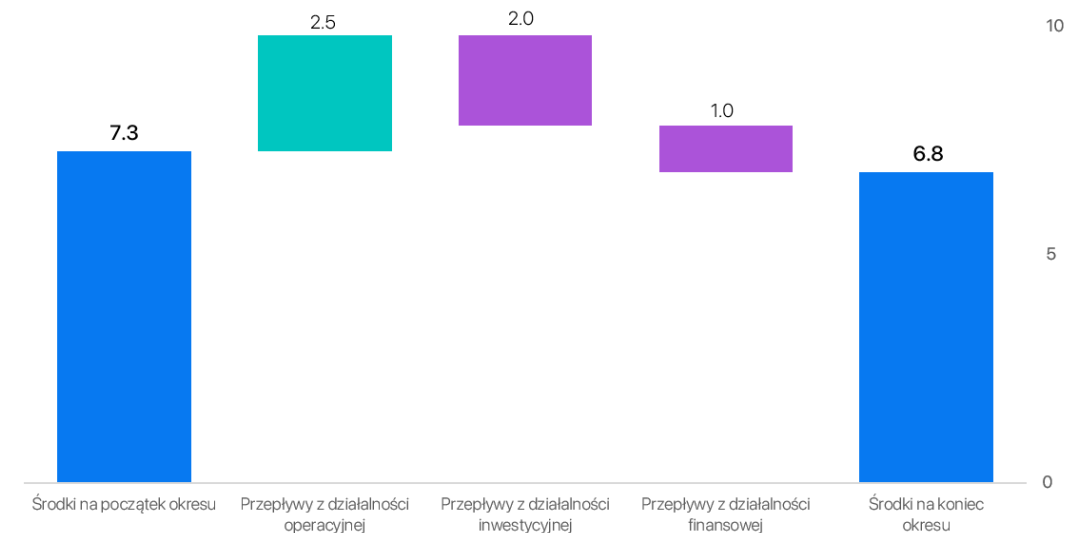
Mając na względzie bieżący poziom kosztów prowadzenia działalności, zakres udostępnionych produktów finansowych oraz przewidywane przepływy pieniężne z podstawowej działalności operacyjnej w perspektywie kolejnych miesięcy, na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania Emitent nie identyfikuje istotnych zakłóceń w zakresie realizacji wymagalnych zobowiązań. Jednocześnie, jeżeli zajdzie taka potrzeba, w celu poprawy struktury i poziomu kapitału obrotowego, wymaganego dla finansowa podstawowej działalności operacyjnej, rozważana jest możliwość pozyskania finansowania zewnętrznego, w tym w szczególności o charakterze udziałowym lub/oraz dłużnym, przy czym na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania żadne decyzje w tym obszarze nie zostały podjęte.

## Prognozy wyników finansowych

Emitent nie publikował jednostkowych oraz skonsolidowanych prognoz wyników finansowych na rok 2025.

Przeływy pieniężne Pozycja	w mln PLN		
	H1'25	H1'24	Zmiana
Przeływy pieniężne z działalności operacyjnej	2.5	0.4	2.1
Przeływy pieniężne z działalności inwestycyjnej	(2.0)	(1.6)	(0.4)
Przeływy pieniężne z działalności finansowej	(1.0)	(0.9)	(0.1)
<b>Przeływy pieniężne netto</b>	<b>(0.5)</b>	<b>(2.1)</b>	<b>1.7</b>
Środki pieniężne na początek okresu	7.3	6.7	0.6
<b>Środki pieniężne na koniec okresu</b>	<b>6.8</b>	<b>4.6</b>	<b>2.2</b>

Przeływy pieniężne w mln PLN





## Informacja nt. grupy kapitałowej Brand24

- działalność Grupy Kapitałowej Brand 24



## Obszar operacyjny

- model biznesowy – oferta produktowa
- odbiorcy usług
- najważniejsze wydarzenia w Q3 2024 roku oraz do dnia sporządzenia sprawozdania
- rozwój oferty produktowej



## Obszar finansowy

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

# Działalność grupy kapitałowej Brand24

## Skład grupy / Model biznesowy

### Brand24 jako Spółka

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

W dniu 28 maja 2025 r. powołała w skład Zarządu Emitenta na kolejną trzyletnią wspólną kadencję Pana Michała Sadowskiego powierzając mu funkcję Prezesa Zarządu, Pana Piotra Wierzejewskiego powierzając mu funkcję Członka Zarządu oraz Pana Bartosza Kozłowskiego powierzając mu funkcję Członka Zarządu. Poza powyższym w I półroczu 2025 r. nie wystąpiły zmiany w składzie oraz zasadach zarządzania Grupą Kapitałową Brand 24.

### Działalność Grupy Kapitałowej Brand24

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 2 biura w Polsce zlokalizowane we Wrocławiu i Warszawie.

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.

### Konsolidacja

Konsolidacją obejmowane są jednostki, nad którymi Brand 24 S.A. posiada kontrolę. Sprawozdanie finansowe Grupy Kapitałowej Brand 24 obejmują sprawozdanie finansowe Spółki Brand 24 S.A. oraz jednostki zależnej Brand 24 Global Inc.

### Prezentacja informacji nt. działalności Grupy Kapitałowej Brand 24

Działalność operacyjna Grupy jest prowadzona w głównej mierze przez Jednostkę Dominującą, a spółka zależna nie generowała istotnych kosztów w związku ze współpracą z podmiotami zewnętrznymi, realizując jedynie postanowienia umowy między spółkami w Grupie.

W konsekwencji w ramach niniejszego sprawozdania z działalności komentarze nt. czynników wpływających na wyniki operacyjne oraz dane finansowe zaprezentowano wyłącznie dla Grupy Kapitałowej Brand 24.

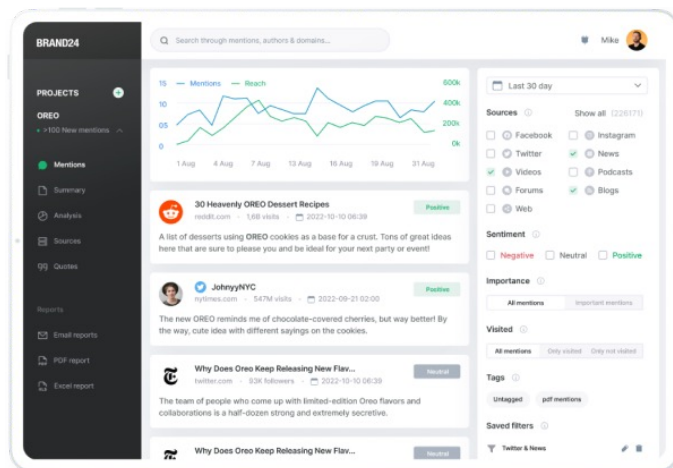
# Działalność grupy kapitałowej Brand24

## Oferta produktowa

### 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.



# Działalność grupy kapitałowej Brand24

Oferta produktowa



## Ochrona reputacji

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



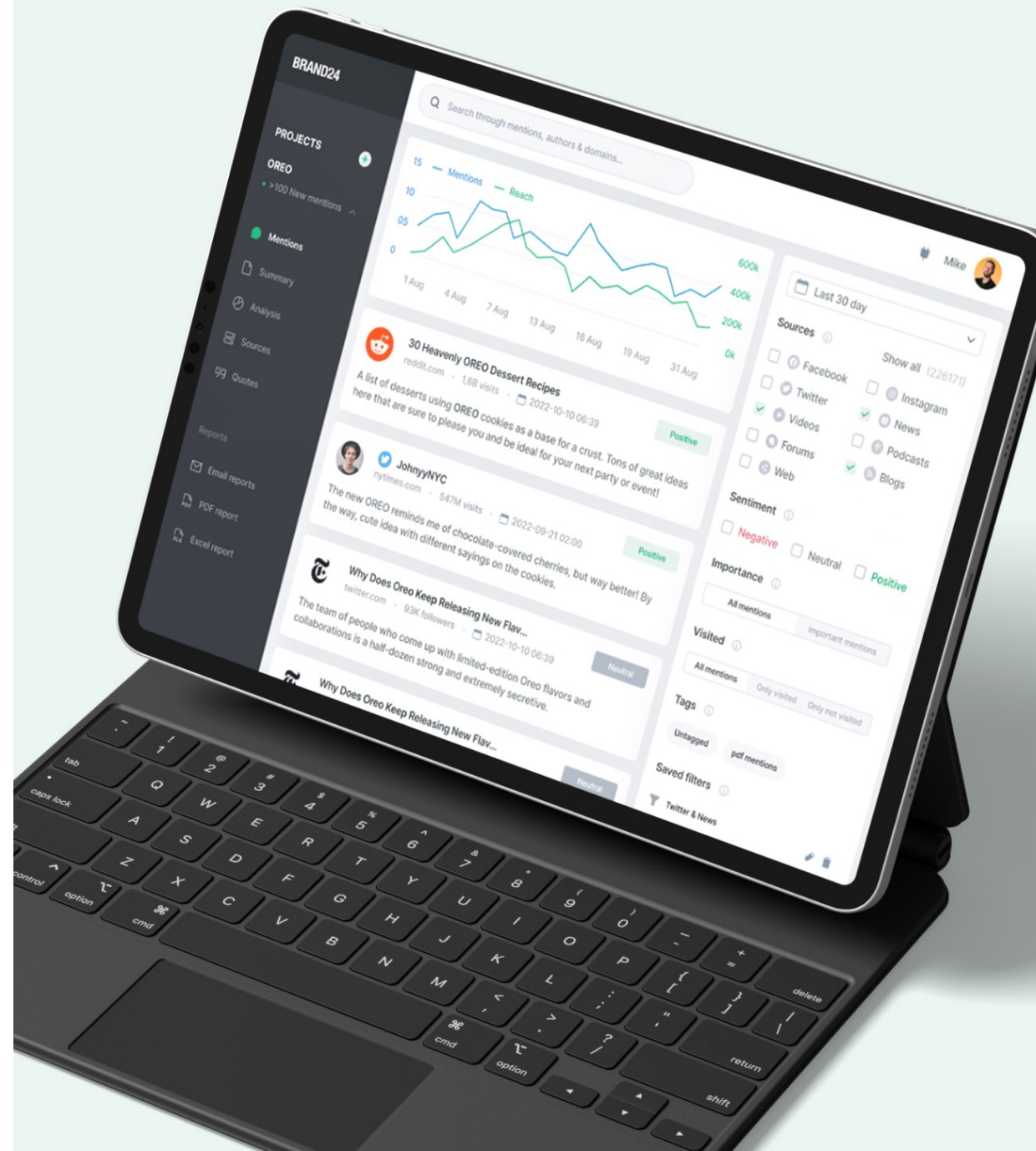
## Ocena marketingu

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



## Zrozumienie klientów

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





# Obszar operacyjny

## Model biznesowy

### 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 wyszukiwanych,
- 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.

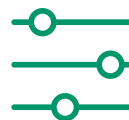
## Model SaaS

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:

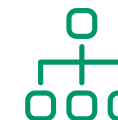
- oszczędności na kosztach sprzętu, infrastruktury, wsparcia i serwisu,
- uproszczenie procesu implementacji aplikacji (krótki czas wdrożenia oraz marginalne koszty implementacji) – dotyczy to również aktualizacji oprogramowania do najnowszej wersji, która najczęściej wykonywana jest przez dostawcę automatycznie 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.



łatwa skalowalność



oszczędność zasobów



korzyści skali wpływające na jakość produktu



# Obszar operacyjny

Model biznesowy



Interfejs Użytkownika



Analizy i Zbiory Big Data



Sieć Publiczna

Klienci

Aplikacja Webowa

Aplikacja na telefon

Alerty Mailowe

Połączenie do Danych

Analiza Danych

Zbiór Danych

Miliony operacji  
Pobierania danych

**Analiza Danych**

Portale społecznościowe  
Fora internetowe  
Błogi  
Strony z Newsami  
Inne

Część Interfejsowa  
Zespół IT

Część Funkcjonalna  
Zespół IT

Część zbierania danych  
Zespół IT

# Obszar operacyjny

## Odbiorcy usług

Najczęstszymi odbiorcami oprogramowania Grupy są firmy, zatrudniające do 100 osób, które stanowią ponad 50% całkowitej liczby klientów, jednocześnie klientami Emitenta są również rozpoznawalne globalnie i regionalnie marki.

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.

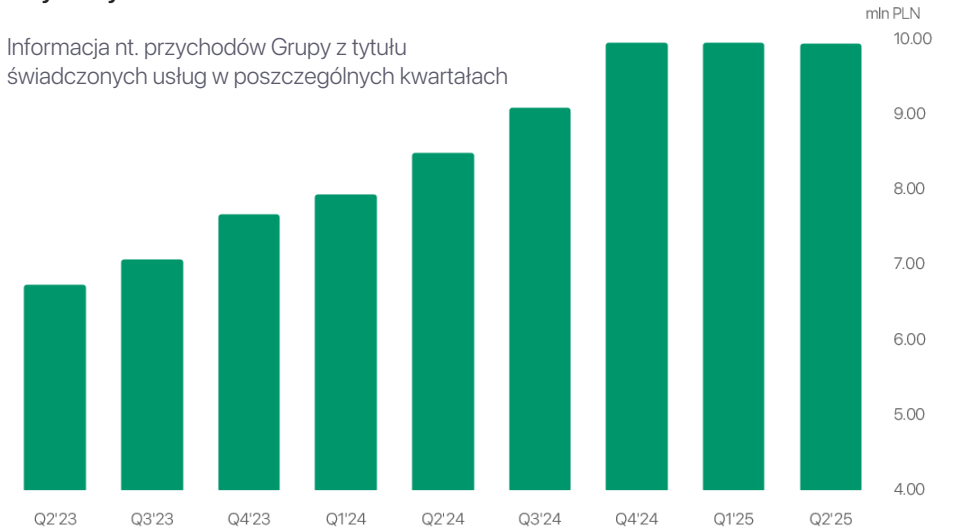
Grupa Brand 24 monitoruje dziesiątki tysięcy słów kluczowych dla klientów pochodzących z ponad 120 krajów, m.in. z USA, Wielkiej Brytanii, Polski, Indonezji, Włoch, Bułgarii, Kanady, Singapuru, Emiratów Arabskich oraz Australii. W gronie użytkowników narzędzia Brand 24 znajdują się takie marki jak Intel,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

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

## Przychody 2023 - 2025

Informacja nt. przychodów Grupy z tytułu świadczonych usług w poszczególnych kwartałach



Struktura geograficzna klientów Grupy Brand 24 według stanu na koniec Q1 2025 roku:



Podział MRR  
**\$822k**

Świat 83%

Polska 17%

# Obszar operacyjny

Najważniejsze wydarzenia w H1 2025 roku oraz do dnia sporządzenia sprawozdania

## Zdarzenia operacyjne

Poniżej przedstawiono najważniejsze wydarzenia o charakterze operacyjnym jakie miały miejsce w I półroczu 2025 roku:

- Wprowadzenie możliwości generowania Raportów QuickShare
- Umożliwienie eksportu danych do prezentacji w formacie PPTX
- Wprowadzenie nowej metody płatności – Paypal
- Nowa umowa na dostarczanie danych z X Internet Unlimited Company

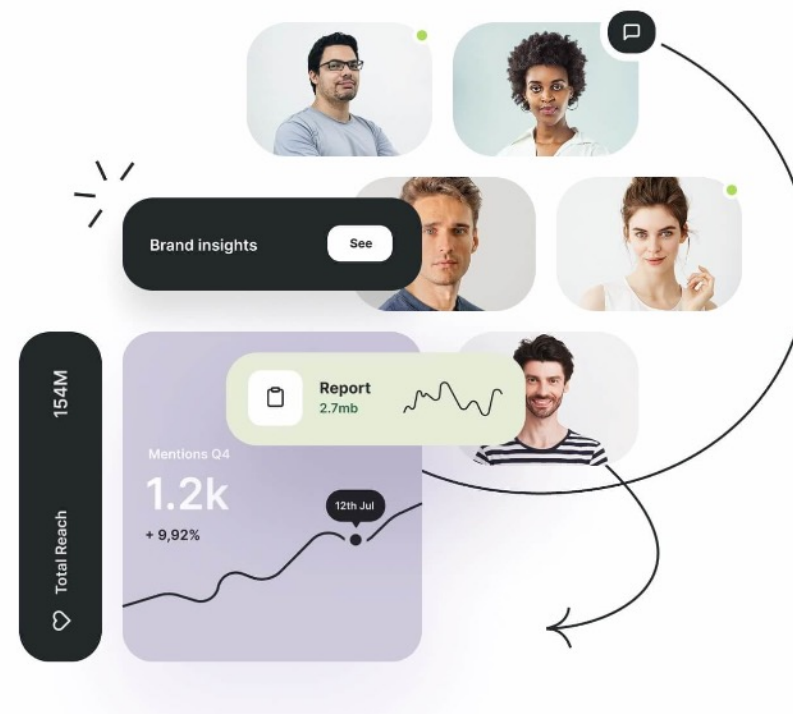
## Nowe produkty

Poza głównym produktem jakim jest narzędzie Brand24 Grupa sprzedaje też nowe narzędzia takie jak Insights24 oraz aplikację Media Monitoring na platformie Semrush Marketplace.

Insights24 to szyte na miarę raporty oparte na danych przetworzonych przez wyspecjalizowany dział analityczny wspomagany zaawansowanymi narzędziami informatycznymi. Pozwalają one m.in. obiektywnie oceniać efekty działań marketingowych oraz porównywać skuteczność z benchmarkiem rynkowym oraz bezpośrednią konkurencją.

Semrush Marketplace to platforma z narzędziami wspierającymi online marketing. Z jej usług korzysta około 10 mln firm na całym świecie. W ramach współpracy z Semrush, zespół Brand24 stworzył dedykowaną uproszczoną aplikację do monitoringu mediów, która jest dystrybuowana na platformie.

W ciągu I półrocza 2025 roku Grupa wygenerowała 1.2 mln zł przychodów z produktu Insights24 oraz 0.4 mln zł przychodów aplikacji z platformy Semrush.





# Plany produktowe

Najważniejsze projekty na roadmapie produktowej na najbliższe miesiące

**Q4  
2025**

- Nowy mechanizm wybierania istotnych wzmianek
- Nowy widok raportów

**Q1  
2026**

- Search Context
- Smart Project Configuration



# Obszar operacyjny

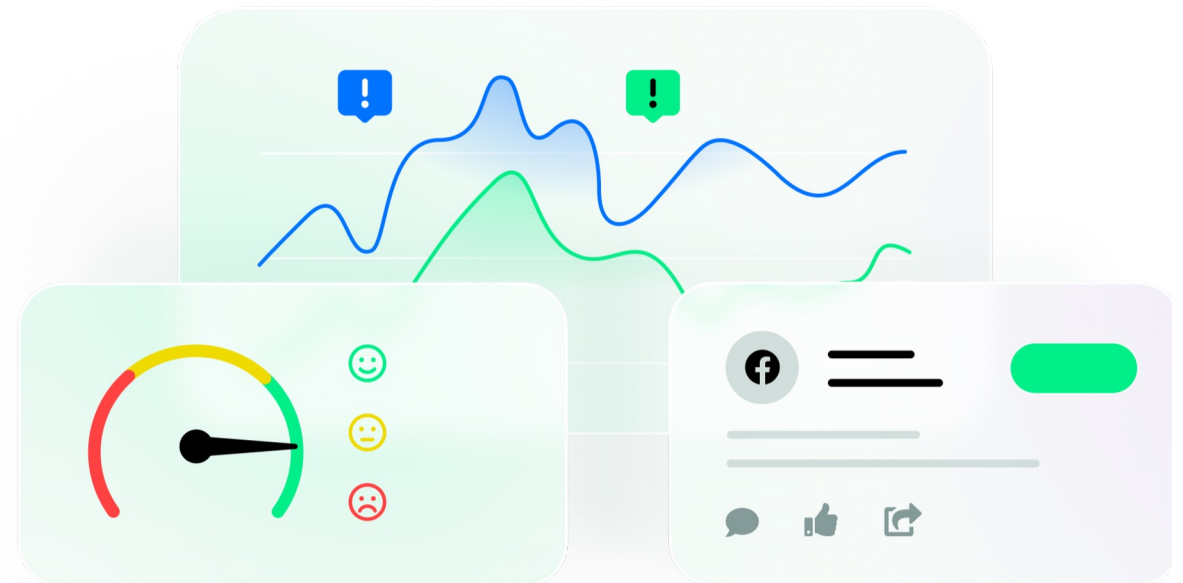
Najważniejsze wydarzenia w okresie I półrocza 2025 roku oraz do dnia sporządzenia sprawozdania

## Inne istotne zdarzenia

W trakcie okresu sprawozdawczego, poza informacjami zamieszczonymi w niniejszym sprawozdaniu, nie miały miejsca inne istotne wydarzenia, które dotyczyłyby Grupy Kapitałowej Brand24.

## Istotne zdarzenia po zakończeniu okresu sprawozdawczego

Na dzień publikacji niniejszego sprawozdania poza informacjami zamieszczonymi w niniejszym sprawozdaniu nie miały miejsca inne istotne wydarzenia, które dotyczyłyby Grupy Kapitałowej Brand24.



# Obszar finansowy

## Pozostałe informacje

### Umowy finansowe

W ramach zarządzania ryzykiem walutowym oraz ograniczenia wpływu ryzyka walutowego na wyniki finansowe, Grupa współpracuje z bankiem, z którym ma możliwość wymieniać walutę (USD) po ustalonym wcześniej kursie. Na dzień sporządzenia sprawozdania maksymalna wartość zleceń, do jakiej Grupa może wymienić walutę to kwota 1.4 mln zł przy średnim kursie 1 USD = 4.12 PLN z maksymalnym terminem rozliczeń przypadającym na październik 2025 roku.

W H1 2025 roku spółki z Grupy Kapitałowej Brand 24 nie udzielały pożyczek, poręczeń lub gwarancji.

Na dzień 30 czerwca 2025 roku oraz na dzień publikacji niniejszego raportu Emitent nie posiadał udzielonych poręczeń lub gwarancji jak również innych wystawionych weksli niż wskazane powyżej.

### Emisje papierów wartościowych

W okresie sprawozdawczym oraz do dnia publikacji niniejszego raportu nie miały miejsca emisje papierów wartościowych.

### Transakcje z podmiotami powiązanymi

W H1 2025 roku Emitent nie zawierał transakcji z podmiotami powiązanymi na warunkach innych niż rynkowe.

### Inwestycje

W H1 2025 roku poniesione zostały nakłady inwestycyjne na prace rozwojowe nad produktami w wysokości 1.6 mln zł. Grupa stale rozwija swoje produkty, tak aby sprostać potrzebom klientów i utrzymać konkurencyjność na rynku.

Poza powyższym w H1 2025 Spółka nie dokonywała innych inwestycji w ramach Grupy Kapitałowej.

# Perspektywy rozwoju oraz ryzyko działalności



**Strategia grupy Brand24**



**Czynniki, które wpłyną na  
przyszłe wyniki**



**Ryzyko prowadzonej działalności**

- ryzyko operacyjne
- ryzyko finansowe



# Strategia Grupy Brand 24 S.A.

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



## Wzmocnienie pozycji

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



## Know-how Brand24

wykorzystanie, zdobywanego od 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:



## Nowa wersja Brand24

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.



## Content Marketing

Inwestycji 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

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.



## Insights24 & Semrush Marketplace

W 2021 ruszył nowy produkt Insights24 (wcześniej nazywany Custom Reports), który pozyskał pierwszych klientów jeszcze przed oficjalnym startem w Q2'21, a dziś generuje systematycznie rosnące przychody. W przyszłości będzie raportowany jako osobna linia przychodowa. Średni przychód per klient w tym nowym produkcie premium jest kilkunastokrotnie wyższy niż w samym narzędziu Brand24. Grupa w 2022 roku uruchomiła również swój produkt na platformie Semrush Marketplace i pozyskuje tam pierwszych klientów. Jest to uproszczona i tańsza wersja narzędzia Brand24.

# Czynniki, które wpłyną na przyszłe wyniki

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

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

MENTIONS	REACH	POSITIVES	NEGATIVES
<b>150K</b>	<b>112M</b>	<b>6602</b>	<b>15K</b>
+25050 (0,16%)	+74M (66%)	+1478 (0,22%)	-1982 (0,13%)

MENTIONS



# Ryzyko prowadzonej działalności

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

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

# Ryzyko prowadzonej działalności

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

# Ryzyko prowadzonej działalności

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

# Ryzyko prowadzonej działalności

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

---

# Informacje korporacyjne



## Informacje korporacyjne



## Akcje i akcjonariat

- struktura kapitału zakładowego
- struktura akcjonariatu



## Władze

- Zarząd
- Rada Nadzorcza

# Akcje i akcjonariat

## Struktura kapitału zakładowego Brand 24 SA

### Kapitał podstawowy

Na dzień publikacji niniejszego raportu kapitał zakładowy Spółki składał się z 2.266.774 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 akcji serii C;
- 71.769 akcji serii D;
- 13.267 akcji serii E;
- 86.000 akcji serii F;
- 172.482 akcji serii G;
- 58.936 akcji serii H;
- 110.000 akcji serii I;
- 130.000 akcji serii J;
- 70.536 akcji serii K.

### Kapitał warunkowy

Wartość nominalna warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego na dzień publikacji niniejszego raportu wynosi 8.056,30 zł.

Na podstawie Uchwały nr 05/11/21 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 29 listopada 2021 roku w sprawie warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego w drodze emisji akcji zwykłych na okaziciela serii K, pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru akcji zwykłych na okaziciela serii K, zmian Statutu Spółki oraz w sprawie ubiegania się o dopuszczenie akcji serii K do obrotu na rynku regulowanym oraz dematerializacji akcji serii K, kapitał zakładowy Spółki został warunkowo podwyższony o kwotę nie większą niż 10.789,20 zł /dziesięć tysięcy siedemset osiemdziesiąt dziewięć złotych i dwadzieścia groszy/ w drodze emisji nie więcej niż 107.892 /sto siedem tysięcy osiemset dziewięćdziesiąt dwa/ akcji zwykłych na okaziciela serii K, o wartości nominalnej 0,10 zł /dziesięć groszy/ każda i łącznej wartości nominalnej nie większej niż 10.789,20 zł /dziesięć tysięcy siedemset osiemdziesiąt dziewięć złotych i dwadzieścia groszy/.

Warunkowe podwyższenie kapitału zakładowego Spółki dokonane zostało w celu przyznania praw do objęcia akcji serii K przez posiadaczy warrantów subskrypcyjnych imiennych serii C od numeru 000.001 do numeru 107.892, emitowanych na podstawie Uchwały nr 04/11/21 Nadzwyczajnego Walnego Zgromadzenia Spółki z dnia 29 listopada 2021 roku w sprawie emisji warrantów subskrypcyjnych serii C z prawem do objęcia akcji serii K oraz pozbawienia dotychczasowych akcjonariuszy prawa poboru warrantów subskrypcyjnych serii C w związku z Programem Motywacyjnym dla Zarządu, kluczowych pracowników i współpracowników Spółki.

W dniu 15 września 2022 r. w związku z realizacją programu motywacyjnego Spółki zapisanych zostało łącznie 12.215 akcji serii K na rachunkach papierów wartościowych podmiotów, które je objęły i tym samym nastąpiło podwyższenie kapitału zakładowego Spółki o kwotę 1.221,50 zł. W dniu 16 listopada 2022 r. Krajowy Rejestr Sądowy dokonał rejestracji w/w akcji serii K oraz podwyższenia kapitału zakładowego Spółki.

W dniu 26 października 2023 r. w związku z kolejną realizacją programu motywacyjnego Spółki na rachunkach papierów wartościowych uprawnionych podmiotów, którym przyznano akcje serii K zostało zapisanych łącznie 18.162 akcji zwykłych na okaziciela serii K i tym samym nastąpiło podwyższenie kapitału zakładowego Spółki o kwotę 1.816,20 zł. W dniu 6 grudnia 2023 r. Krajowy Rejestr Sądowy dokonał rejestracji w/w akcji serii K oraz podwyższenia kapitału zakładowego Spółki.

W dniu 24 października 2024 r. w związku z kolejną realizacją programu motywacyjnego Spółki na rachunkach papierów wartościowych uprawnionych podmiotów, którym przyznano akcje serii K zostało zapisanych łącznie 40.159 akcji zwykłych na okaziciela serii K i tym samym nastąpiło podwyższenie kapitału zakładowego Spółki o kwotę 1.816,20 zł.

### Kapitał docelowy

Zgodnie z § 4 ust. 7 – 13 Statutu BRAND 24 S.A., Walne Zgromadzenie upoważniło Zarząd Spółki do podwyższenia kapitału zakładowego Spółki w granicach kapitału docelowego, poprzez emisję nowych akcji. Niemniej jednak upoważnienie Zarządu do podwyższenia kapitału zakładowego oraz do emitowania nowych akcji w ramach kapitału docelowego wygasło bez realizacji z upływem 3 (słownie: trzech) lat od dnia rejestracji zmiany statutu Spółki w zakresie kapitału docelowego.

### Akcje własne

Emitent oraz Spółka Zależna nie posiadają akcji Brand 24 S.A.



# Akcje i akcjonariat

## Zmiany w akcjonariacie

Od dnia publikacji poprzedniego raportu okresowego tj. raportu za Q1 2025 Spółka otrzymała zawiadomienia dot. zmiany udziału w ogólnej liczbie głosów przez znaczących akcjonariuszy przez Porozumienie Akcjonariuszy oraz Prowly.com Sp. z o.o., Semrush Holdings Inc. oraz Olega Shchegoleva, które zostały przekazane do publicznej wiadomości raportami bieżącymi odpowiednio 20/2025 oraz 14/2025. Wskazani powyżej akcjonariusze zwiększyli swój stan posiadania akcji Emitenta zgodnie z danymi zamieszczonymi z tabelami obok.

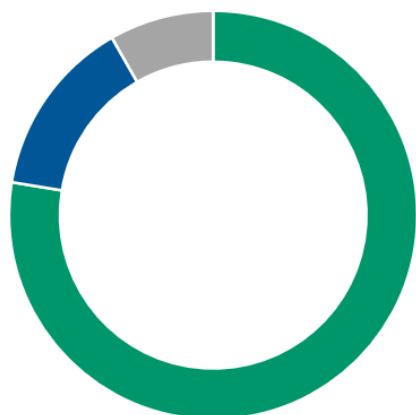
Poza powyższym, od dnia publikacji poprzedniego raportu okresowego Spółka nie otrzymała innych zawiadomień dot. zmiany udziału w ogólnej liczbie głosów przez znaczących akcjonariuszy.

## Łączna liczba akcji będących w posiadaniu osób zarządzających i nadzorujących Emitenta

Zgodnie z posiadanymi przez Emitenta informacjami, na dzień sporządzenia niniejszego raportu osoby zarządzające oraz nadzorujące w Spółce nie posiadają akcji Emitenta, ani uprawnień do akcji Spółki.

Od dnia publikacji poprzedniego raportu okresowego tj. raportu za Q1 2025 nie miały miejsca zmiany w stanie posiadania akcji Spółki uprawnień do akcji Spółki przez osoby zarządzające i nadzorujące.

Osoby zarządzające i nadzorujące w Spółce nie posiadają akcji ani udziałów w podmiotach powiązanych Spółki.



- 78% Prowly / Semrush
- 14% Porozumienie akcjonariuszy
- 8% Pozostali

Poniżej zaprezentowano strukturę akcjonariatu Brand 24 S.A. na dzień publikacji niniejszego sprawozdania.

Akcjonariusz	Liczba akcji/głosów	Udział w kapitale zakładowym / ogólnej liczbie głosów
Prowly.com Sp. z o.o.*	1 758 459	77,58%
Porozumienie Akcjonariuszy **	321 032	14,16%
Pozostali	187 283	8,26%
<b>RAZEM</b>	<b>2 266 774</b>	<b>100%</b>

\*podmiot zależny od Semrush Holdings, Inc. oraz Olega Shchegoleva zgodnie z zawiadomieniami o których mowa w raporcie bieżącym 14/2025.

\*\*zgodnie z zawiadomieniami, o których mowa w raporcie bieżącym 20/2025.

Poniżej zaprezentowano strukturę akcjonariatu Brand 24 S.A. na dzień publikacji poprzedniego raportu okresowego tj. raportu za Q1 2025.

Akcjonariusz	Liczba akcji/głosów	Udział w kapitale zakładowym / ogólnej liczbie głosów
Prowly.com Sp. z o.o.*	1 745 114	76.99%
Porozumienie Akcjonariuszy **	275 002	12.13%
Pozostali	246 658	10.88%
<b>RAZEM</b>	<b>2 266 774</b>	<b>100%</b>

\*podmiot zależny od Semrush Holdings, Inc. oraz Olega Shchegoleva zgodnie z zawiadomieniami o których mowa w raporcie bieżącym 46/2024.

\*\*zgodnie z zawiadomieniami, o których mowa w raporcie bieżącym 36/2024 oraz przy uwzględnieniu zarejestrowanego podwyższenia kapitału zakładowego o akcje serii K, o którym Spółka informowała raportem bieżącym nr 42/2024.

# Władze Brand 24 S.A.

## Zarząd

W H1 2025 do dnia przekazania niniejszego raportu Zarząd Spółki działał w następującym składzie:

Michał Sadowski - Prezes Zarządu

Piotr Wierzejewski – Członek Zarządu

Bartosz Kozłowski – Członek Zarządu

## Rada Nadzorcza

Skład osobowy Rady Nadzorczej na dzień przekazania niniejszego raportu:

Jakub Kurzynoga - Członek Rady Nadzorczej,

Eugene Levin - Przewodniczący Rady Nadzorczej,

Karol Wnukiewicz - Członek Rady Nadzorczej,

Brian Mulroy - Członek Rady Nadzorczej,

David Mason - Członek Rady Nadzorczej

W okresie I półrocza 2025 oraz do dnia publikacji niniejszego sprawozdania poza powołaniem Zarządu w powyższym składzie na kolejną kadencję nie miały miejsca zmiany w składzie organów Spółki.



**Michał Sadowski**  
Prezes Zarządu / CEO

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



**Piotr Wierzejewski**  
Członek Zarządu / CTO

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



**Bartosz Kozłowski**  
Członek zarządu / CFO

Bartosz Kozłowski jest związany ze Spółką od grudnia 2017 roku, zajmuje stanowisko dyrektora finansowego. Posiada ponad 10 lat doświadczenia w zarządzaniu finansami.

---

# Pozostałe informacje



## Pozostałe informacje

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

# Pozostałe informacje

## Zasady sporządzenia sprawozdań finansowych

Sporządzając sprawozdania finansowe za I półrocze 2025 roku zastosowano regulacje zawarte w MSR 34 „Śródroczna sprawozdawczość finansowa” stosując te same zasady dla okresu bieżącego i porównywalnego.

Rozszerzony skonsolidowany okresowy raport za I półrocze 2025 roku został sporządzony zgodnie z § 71 ust. 1 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 6 czerwca 2025 roku w sprawie informacji bieżących i okresowych przekazywanych przez emitentów papierów wartościowych [...] i obejmuje dane finansowe Spółki oraz Grupy Kapitałowej Emitenta. Jednocześnie Spółka informuje, iż działając na podstawie § 63 ust 3 ww. rozporządzenia Spółka nie przekazuje odrębnego raportu półrocznego.

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

W H1 2025 oraz na dzień publikacji niniejszego raportu przeciw Spółce lub Spółce Zależnej nie toczyły się żadne postępowania przed jakimkolwiek sądem ani też organem administracji publicznej.

## Informacja o zatrudnieniu

Przeciętne zatrudnienie w H1 2025 roku wynosiło 38.5 etatu.

Jednocześnie z uwagi na specyfikę prowadzonej działalności Emitent współpracuje dodatkowo z szerokim gronem osób w oparciu o umowy cywilnoprawne. Mając powyższe na uwadze na koniec czerwca 2025 roku Emitent współpracował z ok. 67 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 2025 roku Grupa kontynuuje prace nad usprawnieniem i rozwojem narzędzia informatycznego będącego podstawą świadczenie przez Grupę usług swoim klientom.

Na dzień 30 czerwca 2025 roku kwota niezakończonych prac rozwojowych wyniosła 0.8 mln PLN. Nakłady na te prace stanowią głównie usługi informatyczne. Koszty trwających prac rozwojowych są prezentowane w pozycji „Wartości niematerialne” w aktywach Spółki.

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

## Inne informacje, które zdaniem Spółki są istotne dla sytuacji Spółki i Grupy Kapitałowej Poza informacjami zamieszczonymi w niniejszym raporcie

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



### Oświadczenie Zarządu w sprawie rzetelności sprawozdań

Oświadczamy, że wedle naszej najlepszej wiedzy, skrócone śródroczne sprawozdania finansowe (odpowiednio jednostkowe oraz skonsolidowane) i dane porównywalne sporządzone zostały zgodnie z przepisami obowiązującymi emitenta lub standardami uznawanymi w skali międzynarodowej, oraz że odzwierciedlają w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Emitenta oraz jego wynik finansowy, oraz że sprawozdanie z działalności Emitenta zawiera prawdziwy obraz sytuacji Emitenta oraz jego Grupy Kapitałowej, w tym opis podstawowych zagrożeń i ryzyk.

---

Michał Sadowski  
Prezes Zarządu

Piotr Wierzejewski  
Członek Zarządu

Bartosz Kozłowski  
Członek Zarządu

Data sporządzenia i publikacji: 30 września 2025 r.



# BRAND24

## Kontakt dla inwestorów



Sebastian Krawczyk  
MakMedia Group



+48 608 590 417



[investors@brand24.com](mailto:investors@brand24.com)



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