

Niniejsze opracowanie zostało przygotowane na zlecenie Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie S.A. w ramach Giełdowego Programu Wsparcia Pokrycia Analitycznego 3.0

19/2023/AR

16 stycznia 2023

Spółka	Rekomendacja fundamentalna	Wycena w horyzoncie 12M (zł)	Rekomendacja relatywna	Analityk
<b>Brand24</b>	Bez rekomendacji	31,6	Bez rekomendacji	Sobiesław Pająk, CFA

#### Wydarzenie: Wybrane dane operacyjne za IV kwartał 2022 roku.

W piątek 13 stycznia (tuż po zakończeniu sesji giełdowej) Brand24 opublikował wybrane dane operacyjne za IV kwartał 2022 roku.

Wartość miesięcznych powtarzalnych przychodów (**MRR**) na koniec IV kwartału 2022 r. wyniosła 1 854 tys. PLN, co oznacza wzrost o ok. 482 tys. PLN, czyli o 35% w ujęciu rok do roku, oraz o 52 tys. PLN (3%) w ujęciu kwartał do kwartału. W ujęciu dolarowym (klienci wersji 'globalnej' – stojący za większością przychodów – płacą ceny wyrażone w USD), **MRR** na koniec IV kwartału wyniósł 416 tys. USD, jedynie o 6 tys. USD (to jest o 1,5%) więcej, niż na koniec III kwartału 2022 roku. Wzrost kw./kw. **MRR** w złotówkach uległ nieznaczniemu spowolnieniu w porównaniu z dwoma poprzednim kwartałami (zarówno w III kwartale jak i w II kwartale 2022 wynosił on 4%) i był znacznie wolniejszy niż w I kwartale 2022 roku (kiedy – z uwagi na efekt związany z podwyżkami cen abonamentów – wyniósł 21%).

Średni przychód operacyjny przypadający na użytkownika subskrypcyjnego (**ARPU**) na koniec IV kwartału 2022 r. wyniósł 483 PLN (108 USD); oznacza to wzrost o 8 PLN (2%) w ujęciu kwartał do kwartału (w ujęciu dolarowym wzrost kw./kw. **ARPU** był zerowy), oraz wzrost o 131 PLN (37%) rok-do-roku (dynamika budowana głównie poprzez wprowadzone z początkiem 2022 roku podwyżki cen abonamentów dla istniejących klientów Spółki).

Równocześnie Spółka poinformowała, iż jej średni przychód operacyjny przypadający na nowego użytkownika subskrypcyjnego (tj. użytkownika pozyskanego w IV kwartale 2022 roku) – tak zwane **Initial ARPU** – w czwartym kwartale ubiegłego roku wyniósł 515 PLN (115 USD) – (i) umiarkowanie (o 7%) powyżej **ARPU** dla wszystkich klientów (w poprzednich trzech kwartałach **Initial ARPU** przewyższał **ARPU** dla wszystkich klientów o 15-17%), lecz (ii) o -7% mniej niż kwartał wcześniej (przy czym należy pamiętać, iż na poziom **Initial ARPU** IV kwartału wpływ ma wielkość i zakres promocyjnych cen związanych z *Black Friday*).

Spółka konsekwentnie nie ujawnia **liczby klientów** na koniec kwartału, argumentując (wcześniej), iż parametr ten przestał stanowić dla niej istotny **KPI** a jej uwaga skupia się na takich zmiennych jak **MRR** czy **ARPU**. Choć trudno nie zgodzić się z argumentacją Spółki (o 'prymacie' **MRR/ARPU** nad liczbą użytkowników), to sądzimy, iż kontynuowanie ujawnień w zakresie liczby klientów mogłoby być użyteczne przynajmniej dla części społeczności inwestycyjnej. Natomiast Spółka zaznaczyła, iż w grudniu wskaźnik **churn** (wskaźnik odejść klientów) był podwyższony.

Konkludując, zestaw **KPIs** Brand24 za IV kw. 2022 roku odbieramy **marginalnie negatywnie** (podwyższony grudniowy **churn**, raczej niewielki wzrost **MRR** kwartał-do-kwartału).

Niniejszy raport nie stanowi rekomendacji w rozumieniu przepisów „Rozporządzenia Delegowanego Komisji (UE)” nr 2016/958 z dnia 9 marca 2016 r. uzupełniającego rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 596/2014 w odniesieniu do regulacyjnych standardów technicznych dotyczących środków technicznych dla celów obiektywnej prezentacji rekomendacji inwestycyjnych lub innych informacji rekomendujących lub sugerujących strategię inwestycyjną oraz ujawniania interesów partykularnych lub wskazań konfliktów interesów.