

VERCOM

| Raport kwartalny Grupy Kapitałowej Vercom za Q3 2025

4 listopada 2025



VERCOM

03 List Prezesa Zarządu do Akcjonariuszy

04 Podsumowanie

11 Profil działalności

31 Wyniki finansowe

42 Strategia

57 Dane finansowe

67 Władze Spółki

70 Informacje dodatkowe



: List Prezesa Zarządu do Akcjonariuszy

VERCOM

Szanowni Państwo,

Z przyjemnością przedstawiam Państwu raport Grupy Vercom za III kwartał 2025 roku. Był to kolejny okres dynamicznego rozwoju, zarówno pod względem wyników finansowych, jak i kluczowych wskaźników operacyjnych. Zaledwie dwa miesiące temu świętowaliśmy przekroczenie liczby 100.000 tysięcy klientów, co było dla nas swego rodzaju prezentem na 20-lecie Grupy. Nie zamierzamy jednak zwalniać tempa, w szczególności mając na uwadze ogromny potencjał nowych technologii takich jak sztuczna inteligencja, która odgrywa coraz większą rolę w rozwoju Grupy Vercom.

Tylko w tym kwartale pozyskaliśmy ponad 11.000 nowych klientów, trzykrotnie więcej niż średnia na przestrzeni ostatnich 12 miesięcy! Jednocześnie, obserwujemy dalszy dynamiczny wzrost wykorzystania nowych kanałów komunikacji, po które coraz chętniej sięgają spółki szukające skutecznych metod angażowania swoich odbiorców przed zbliżającym się szczytem sezonu sprzedażowego. W rezultacie, w III kwartale 2025 r. odnotowaliśmy wzrost zysku brutto na sprzedaży o 18% rdr. do 65 mln zł oraz wzrost skorygowanej EBITDA o 23% rdr. do ponad 35 mln zł. Warto zauważyć, że pomimo utrzymującego się niekorzystnego wpływu walut, jesteśmy na dobrej drodze do realizacji celu rocznego na poziomie 135 mln zł EBITDA.

Kluczem do tak dobrych wyników była praca, którą wykonaliśmy w zakresie wdrożenia rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji. Działania te obejmują zarówno obszar produktowy, jak również procesy związane z obsługą klientów. Efektem tego było skrócenie średniego czasu aktywacji nowych klientów w MailerLite z jednego dnia do mniej niż godziny! Jednocześnie, już ponad 70% zapytań trafiających do biura obsługi klienta jest rozwiązywanych w pełni automatycznie. W rezultacie, jesteśmy w stanie zapewnić klientom wysoką jakość obsługi już od pierwszego kontaktu, co przy rekordowych poziomach rejestracji nowych użytkowników ma kluczowe znaczenie z perspektywy konwersji oraz retencji. Co równie ważne, umiejętność wykorzystanie sztucznej inteligencji pozwala nam utrzymywać stabilny poziom kosztów ogólnych, i to pomimo dynamicznego wzrostu skali działalności.

Istotnym osiągnięciem w obszarze produktowym było wdrożenie tzw. Model Context Protocol (MCP) w MailerLite. Jest to standard komunikacji, który umożliwia popularnym narzędziom AI takim jak ChatGPT na bezpieczną integrację z zewnętrznymi usługami. W rezultacie, klienci MailerLite mogą za pośrednictwem swojego ulubionego modelu nie tylko zlecać realizację kampanii marketingowych, ale także analizować dane dotyczące historycznych wysyłek, przygotować wpisy na media społecznościowe czy też tworzyć nowe automatyzacje. Funkcjonalność ta spotkała się z bardzo pozytywnym odbiorem klientów, którzy doceniają oszczędność czasu i skuteczność tego rozwiązania. Wdrożenie MCP to kolejny krok w implementacji rozwiązań opartych o AI w MailerLite, który idealnie wpisuje się w naszą strategię rozwoju usług dla klientów SME.

Mając na uwadze coraz szerszy zakres funkcjonalności MailerLite, a tym samym coraz większą wartość usługi dla naszych klientów, w minionym kwartale wdrożyliśmy również zmiany w darmowym planie. Obejmowały one zarówno redukcję maksymalnej liczby subskrybentów, jak również skrócenie okresu próbnego. Efektem tego było przyspieszenie monetyzacji użytkowników freemium, którzy decydują się na zakup płatnych planów na wcześniejszym etapie rozwoju. Wprowadzone zmiany w połączeniu z rekordową liczbą rejestracji nowych użytkowników oraz rosnącym wskaźnikiem konwersji powinny przełożyć się na trwałe zwiększenie liczby pozyskiwanych płacących klientów także w kolejnych kwartałach.

Pozytywne trendy które obserwujemy zarówno w segmencie Enterprise jak i SME pozwalają nam z optymizmem rozpocząć szczyt sezonu sprzedażowego, który przypada na ostatnie miesiące roku. To czas, w którym koncentrujemy się na wsparciu naszych klientów i ich potrzebach. Jestem przekonany, że już wkrótce będziemy mogli wspólnie z naszymi akcjonariuszami świętować kolejne rekordowe wyniki Grupy Vercom.

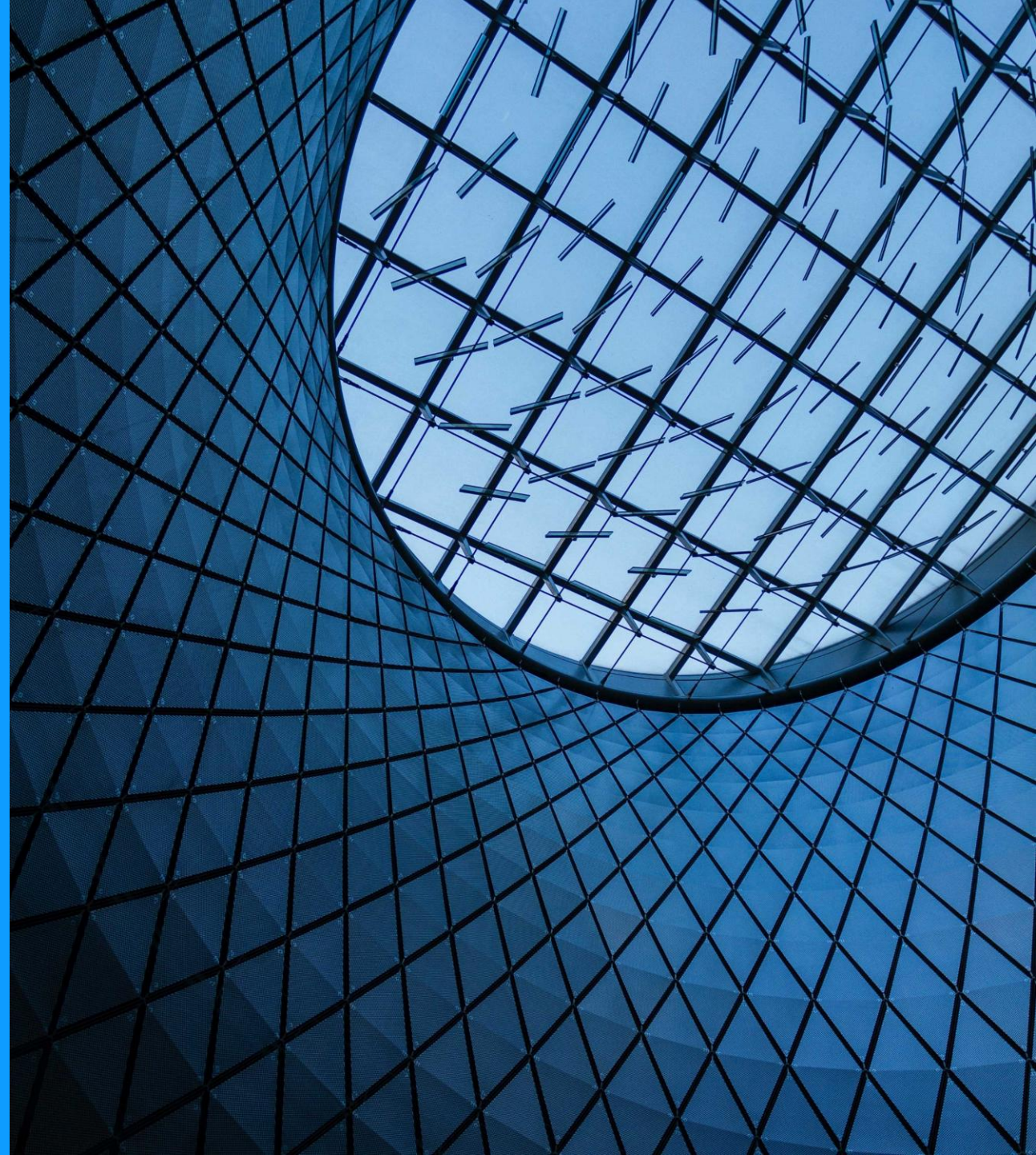
Z poważaniem,

Krzysztof Szyszka

Prezes Zarządu Vercom



: Podsumowanie



: Wysoka dynamika
organicznego wzrostu,
zgodna z celami na 2025



VERCOM

: Wyniki finansowe Q3 2025

Zysk brutto na sprzedaży*

65 mln zł

Dynamika r/r

+18%

EBITDA*

35 mln zł

+23%

Zysk netto*

25 mln zł

+29%

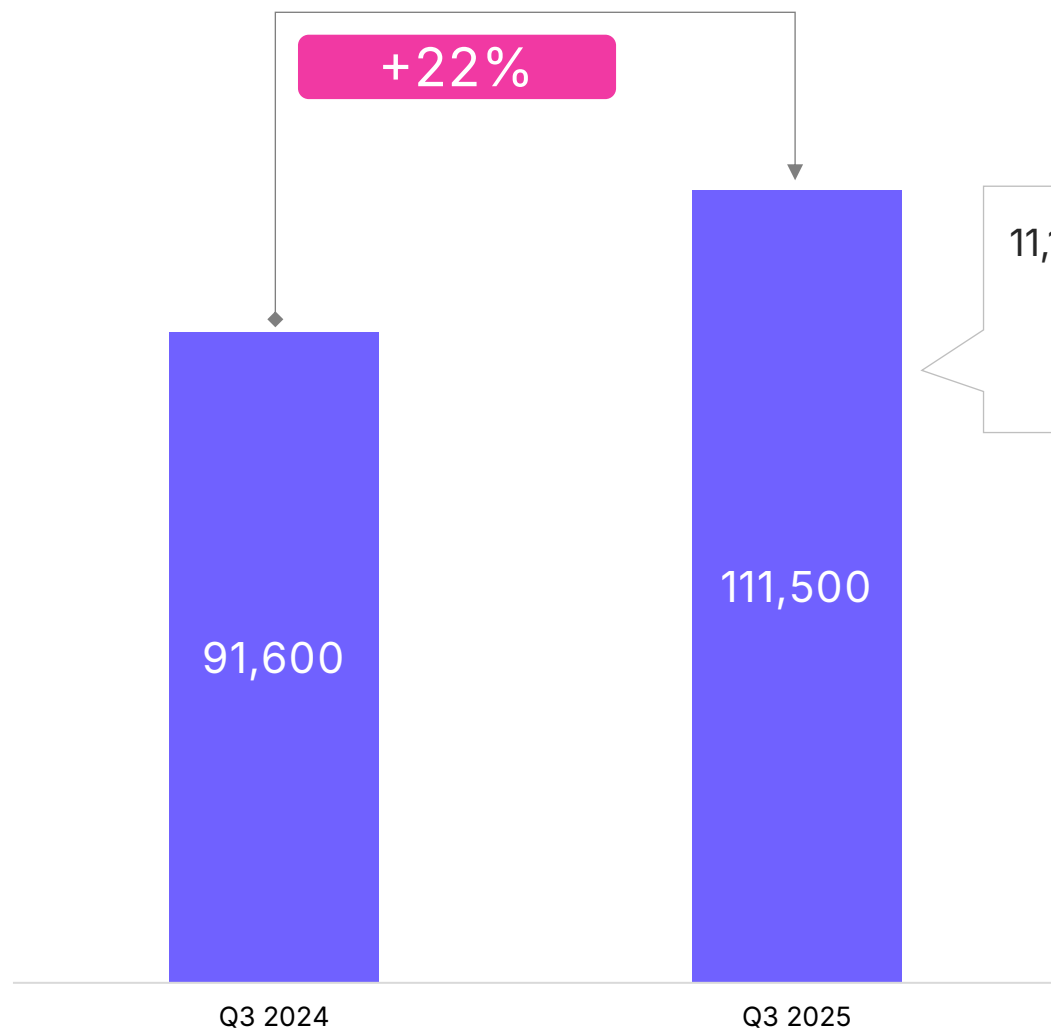
* Skorygowane wartości zysku brutto na sprzedaży, EBITDA oraz zysku netto. Korekty do poszczególnych pozycji zostały opisane odpowiednio na stronie 34, 36 oraz 41

VERCOM



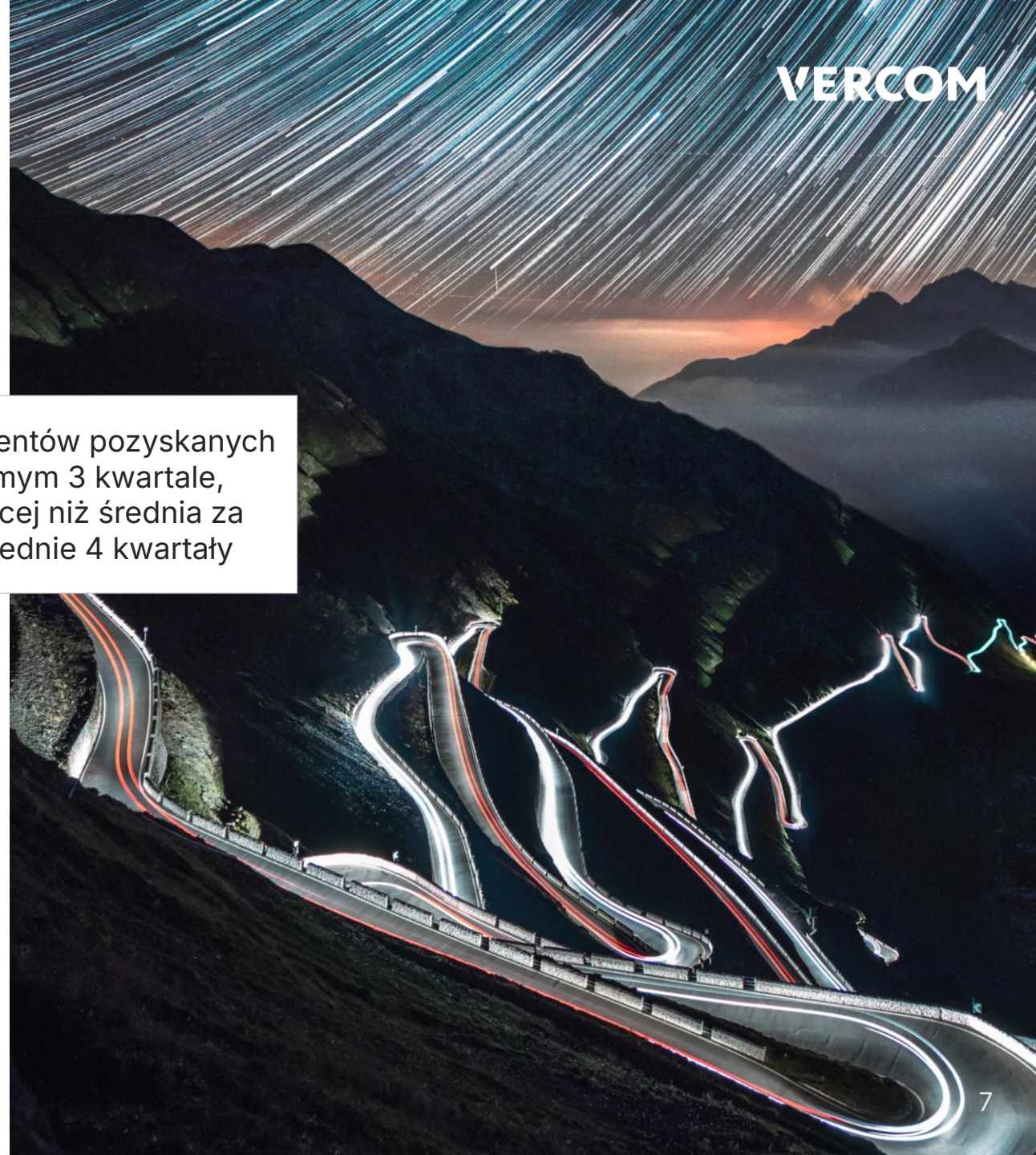
: Blisko 20,000 nowych płacących klientów

Liczba klientów



11,100 klientów pozyskanych
w samym 3 kwartale,
3x więcej niż średnia za
poprzednie 4 kwartały

VERCOM



: Uwolnienie potencjału AI w MailerLite

30x szybsza

Aktywacja nowych klientów

3x więcej

Kontaktów z BOK obsługiwanych przez AI

Modele AI

Mogą „komunikować się” z MailerLite

VERCOM



: Najważniejsze wydarzenia Q3 2025

Dynamika wzrostu w Q3 2025 zbieżna z oczekiwaniami na 2025

- Wzrost zysku brutto na sprzedaży o 15% rdr. do 64 mln zł
- Wzrost skorygowanej EBITDA o 23% rdr. do 35 mln zł

Przyspieszenie dynamiki pozyskiwania klientów

- Wzrost liczby klientów o 22% rdr. do ponad 111.500 podmiotów (+19.900 klientów rdr)
- 11.100 klientów pozyskanych w samym Q3, trzykrotnie więcej niż średnia za poprzednie cztery kwartały
- Utrzymanie wysokiej dynamiki wzrostu liczby rejestracji nowych kont w MailerLite (70% rdr.)

Uwolnienie potencjału AI w MailerLite

- Weryfikacja nowych klientów z wykorzystaniem AI skróciła proces aktywacji konta z ponad 1 dnia do mniej niż 1 godziny
- Na koniec Q3 2025 ok. 70% zapytań kierowanych do biura obsługi klienta było rozwiązywanych przez AI (wzrost o ok. 30 p.p. rdr.)
- Optymalizacja procesu obsługi klientów przełożyła się na wzrost konwersji we wszystkich planach subskrypcyjnych



VERCOM

: Najważniejsze wydarzenia Q3 2025

Modele AI zyskały dostęp do platformy MailerLite

- Modele AI (np. ChatGPT) mogą teraz bezpiecznie komunikować się z MailerLite poprzez MCP (Model Context Protocol)
- Nowa funkcjonalność pozwala naszym klientom wykorzystać modele AI np. do analizy danych, zlecenia wysyłek oraz automatyzacji wielu innych zadań
- Wdrożenie MCP to kolejny kamień milowy w implementacji AI który wpisuje się w naszą strategię rozwoju usług dla klientów SME

Przyspieszenie monetyzacji klientów freemium

- Wprowadzenie zmian w darmowym planie polegające na redukcji maksymalnej liczby subskrybentów z 1000 do 500 oraz skrócenie okresu próbnego z 30 do 14 dni
- Zmiany w limitach planu bezpłatnego przyspieszyły monetyzację użytkowników freemium, co przełożyło się na rekordowy wzrost liczby płacących klientów w Q3
- Obniżenie limitów w ramach darmowego planu będzie trwale wspierać proces pozyskiwania płacących klientów



: Profil działalności



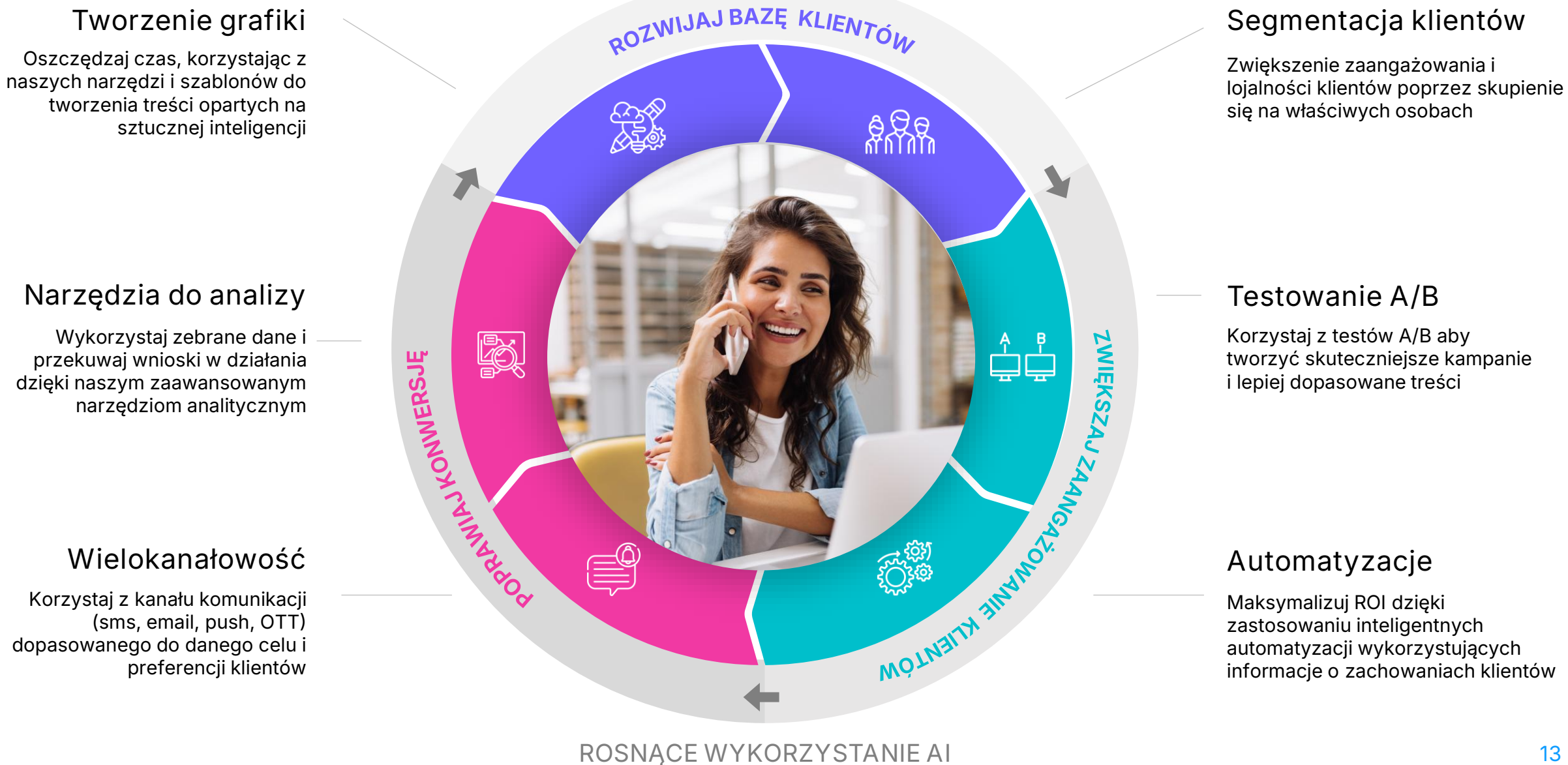
: Pomagamy klientom
przezwyciężyć
złożoność komunikacji

VERCOM



: Usługi oferowane przez Vercom pozwalają skutecznie angażować klientów

VERCOM



: Nasze rozwiązania są nieodłączną częścią codziennego życia

VERCOM



Shopping with the FAMILY card
is always a good choice.
You get 30% discount!



Your package is waiting
in parcel WAW12AP.
Pickup code 67843



BNP PARIBAS

Your statement is ready to view
online. Go to <https://goo.lg/ak54f>
to view and manage your account.



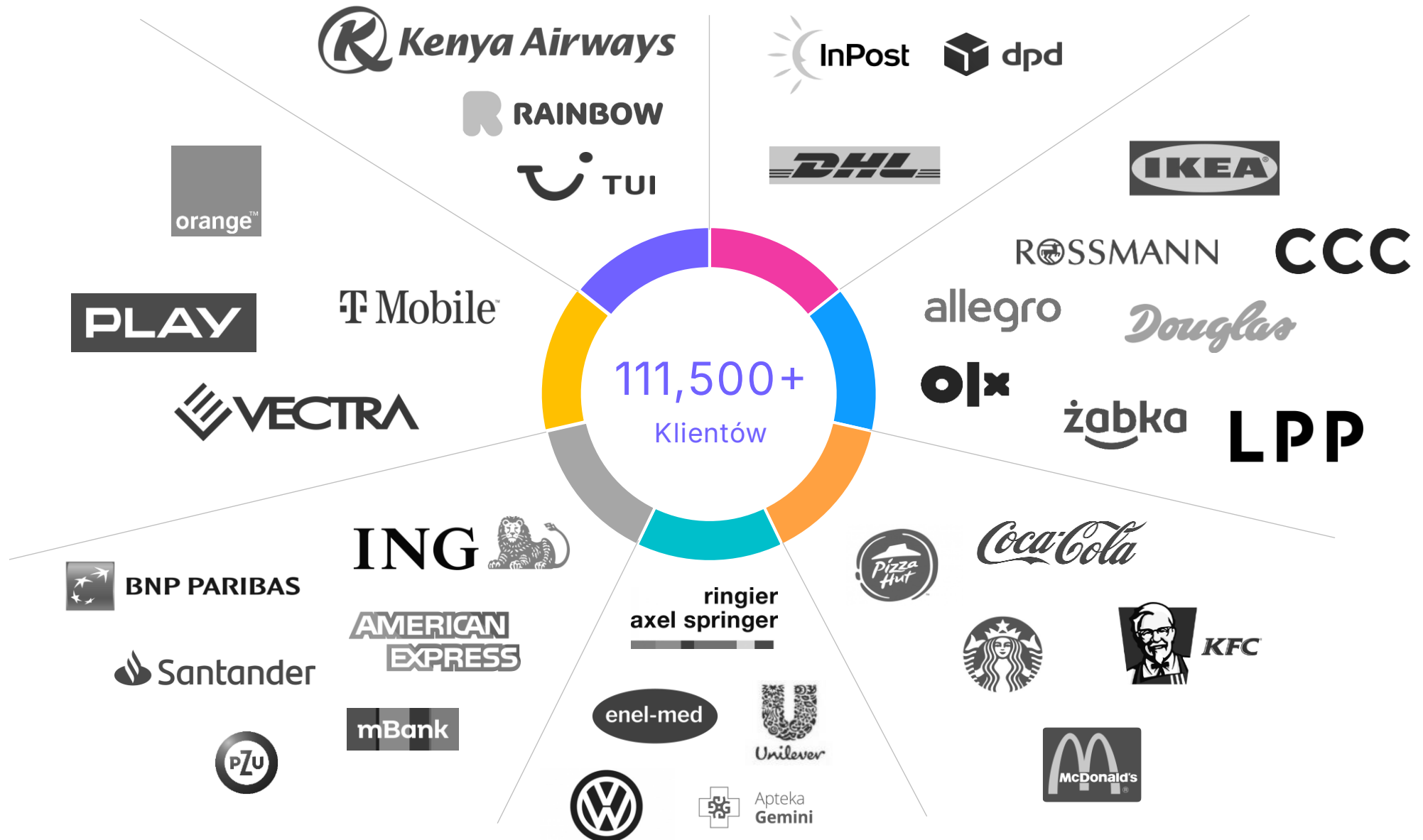
Hello, a hold has been placed on
your DHL parcel. Please review and
update your shipment information
below <https://dhl-update-id797475>

ROSSMANN

Your order #496862
has been completed
and is awaiting pickup

: 20 lat doświadczenia nagrodzone zaufaniem kluczowych partnerów

VERCOM



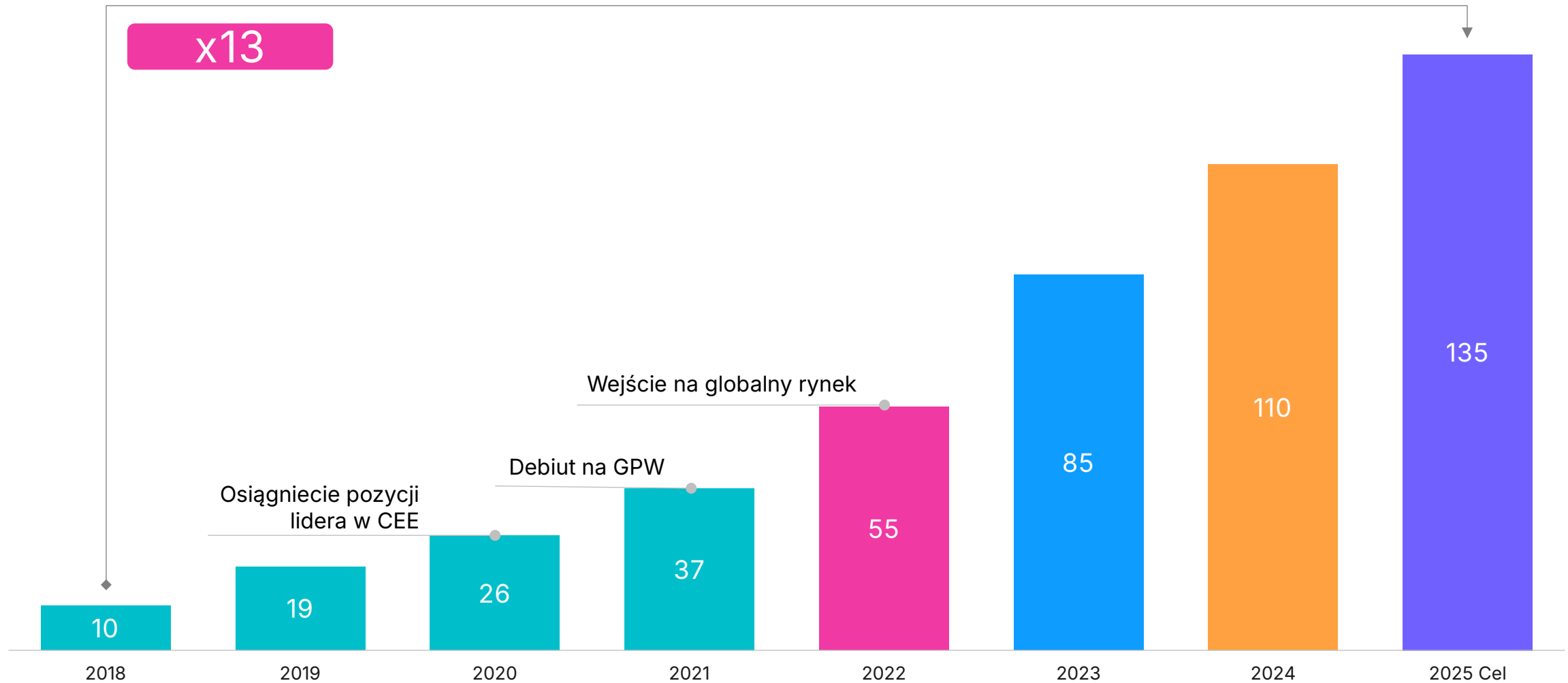
: Jesteśmy szybko
rosnącą spółką SaaS



: Dynamiczny wzrost wyników napędzany rozwojem organicznym oraz przejęciami

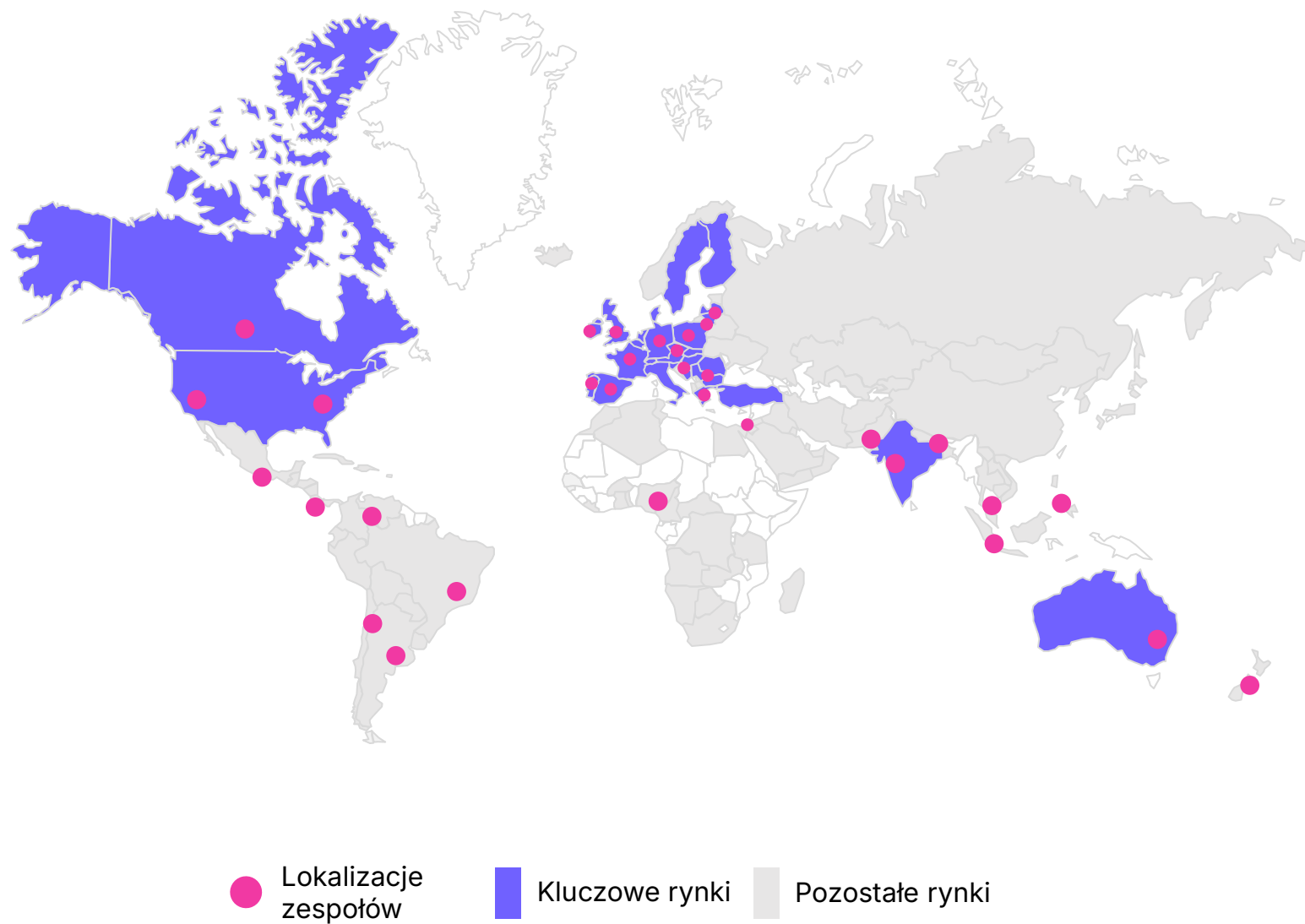
VERCOM

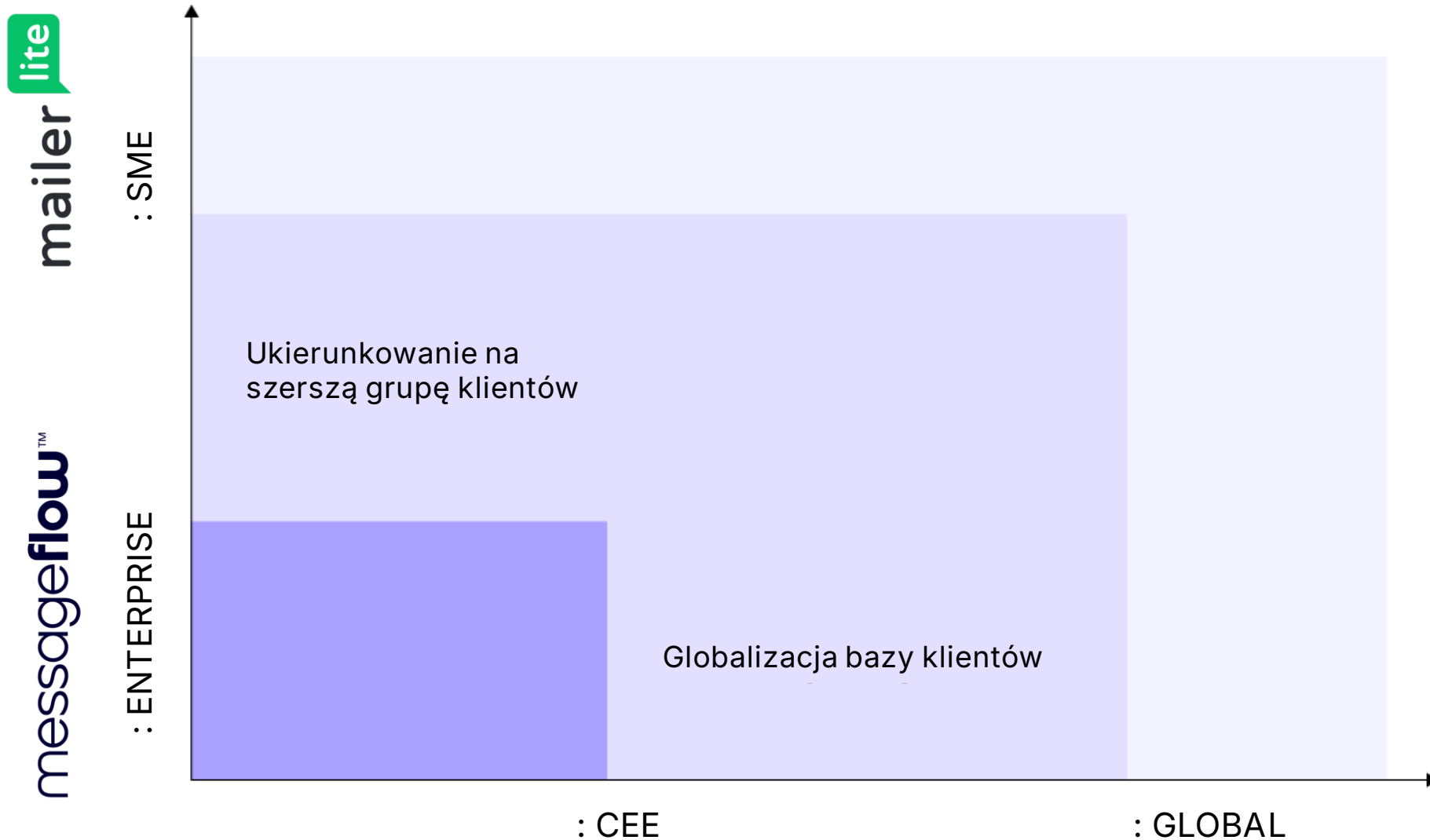
EBITDA (mln zł)



: Sprzedaż usług do klientów w 180 krajach na świecie

VERCOM





: Uwolniliśmy
potencjał AI dla
klientów MailerLite

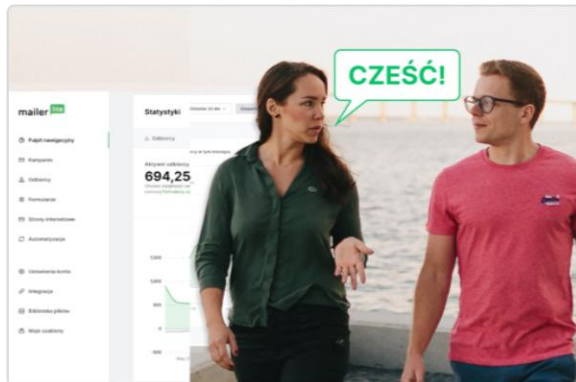


: Rozwój MailerLite ukierunkowany na poszerzanie grona potencjalnych klientów

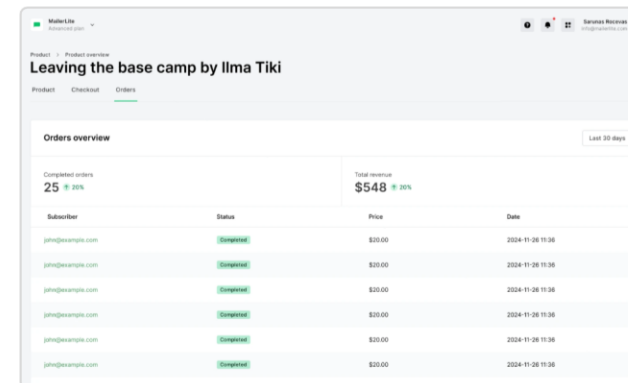
VERCOM

Polska oraz hiszpańska lokalizacja

Lokalne wersje MailerLite pozwalają skuteczniej docierać do klientów w wybranych regionach

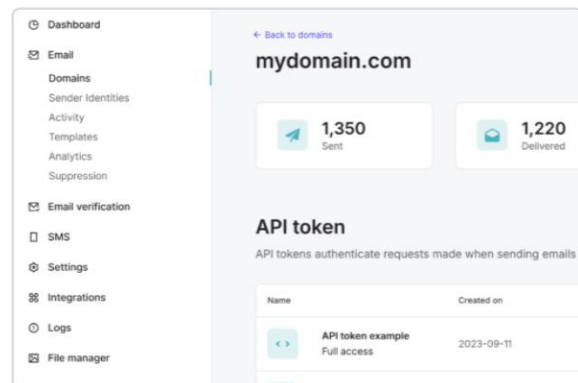


Sprzedaż produktów cyfrowych



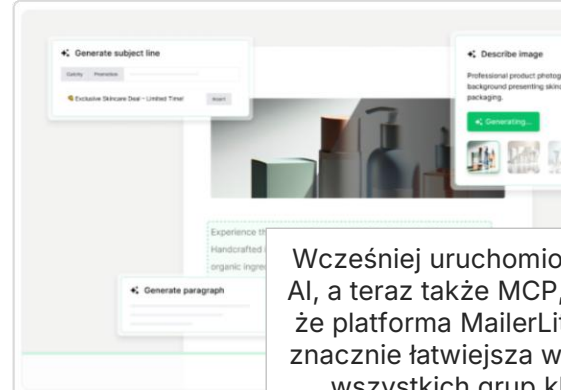
Nowa platforma umożliwia klientom MailerLite sprzedaż cyfrowych produktów, znacząco zwiększając atrakcyjność usługi dla grona twórców

Wiadomości transakcyjne



Maile transakcyjne są skierowane do rozwijających się firm z sektora MŚP i stanowią usługę komplementarną do email marketingu

Funkcje AI



Wcześniej uruchomione funkcje AI, a teraz także MCP, sprawiają, że platforma MailerLite stała się znacznie łatwiejsza w użyciu dla wszystkich grup klientów, zmniejszając potencjalne bariery wejścia

Komunikacja z modelami AI (MCP)



: Narzędzia AI „komunikują” się z MailerLite

mailer **lite**



Zidentyfikuj moje 3 najsukuteczniejsze newslettery z ostatniego kwartału



Sonnet 4.5 ▾



Wspierane narzędzia AI

 **Claude**

 **ChatGPT**

 **CURSOR**


Visual Studio Code

VERCOM



W Q3 uruchomiliśmy MCP (Model Context Protocol), które umożliwia bezpieczne podłączenie narzędzi AI takich jak np. ChatGPT do platformy MailerLite



MCP umożliwia narzędziom AI dostęp do danych MailerLite i może być wykorzystywane do tworzenia kampanii, zarządzania grupami odbiorców oraz analizowania wyników zrealizowanych wysyłek



Klienci mogą obecnie korzystać z 4 popularnych narzędzi AI (ChatGPT, Claude, Cursor i VSCode), w zależności od posiadanego planu subskrypcyjnego

: Jak automatyzować działania w MailerLite z wykorzystaniem modeli AI?

Case study: wykorzystanie modelu AI Claude do generowania postów na LinkedIn

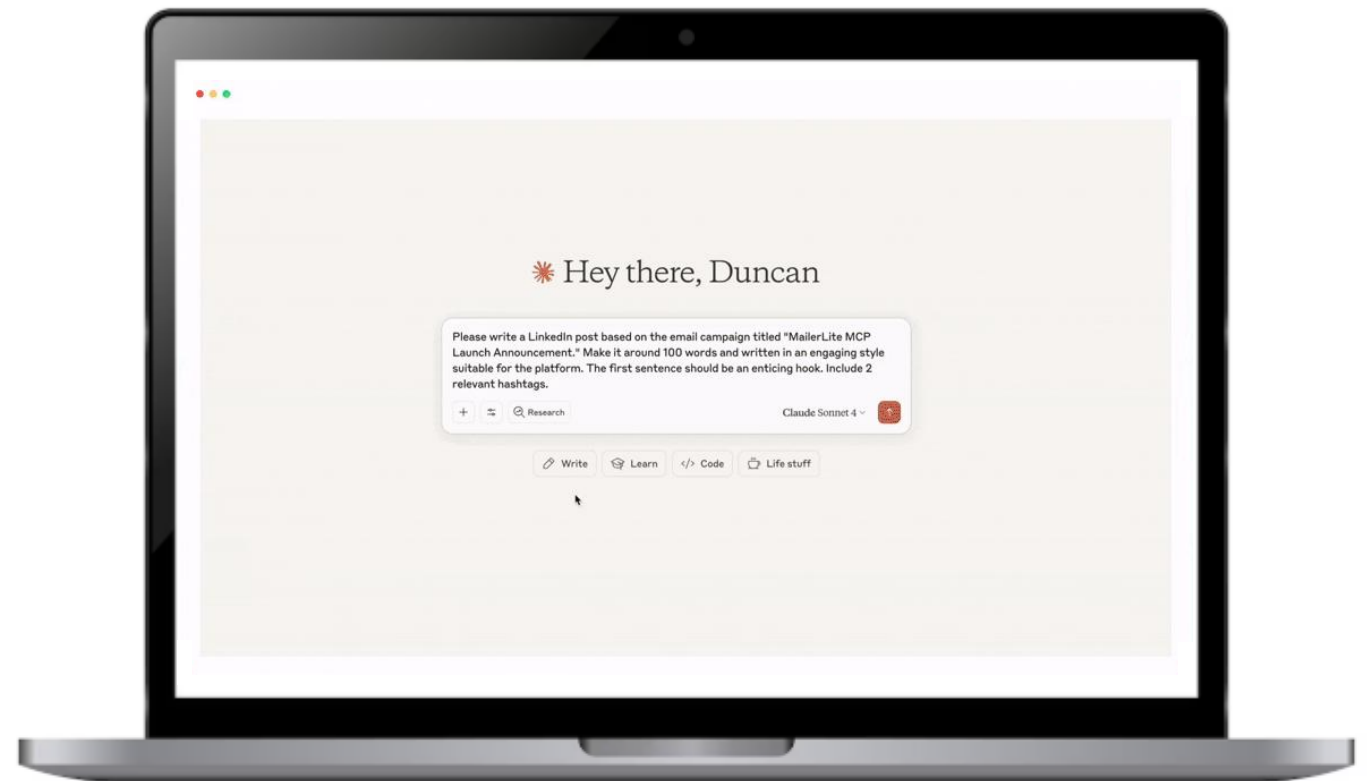
mailer lite & Claude

Zamień ostatni newsletter w post na LinkedIn.

Generuj

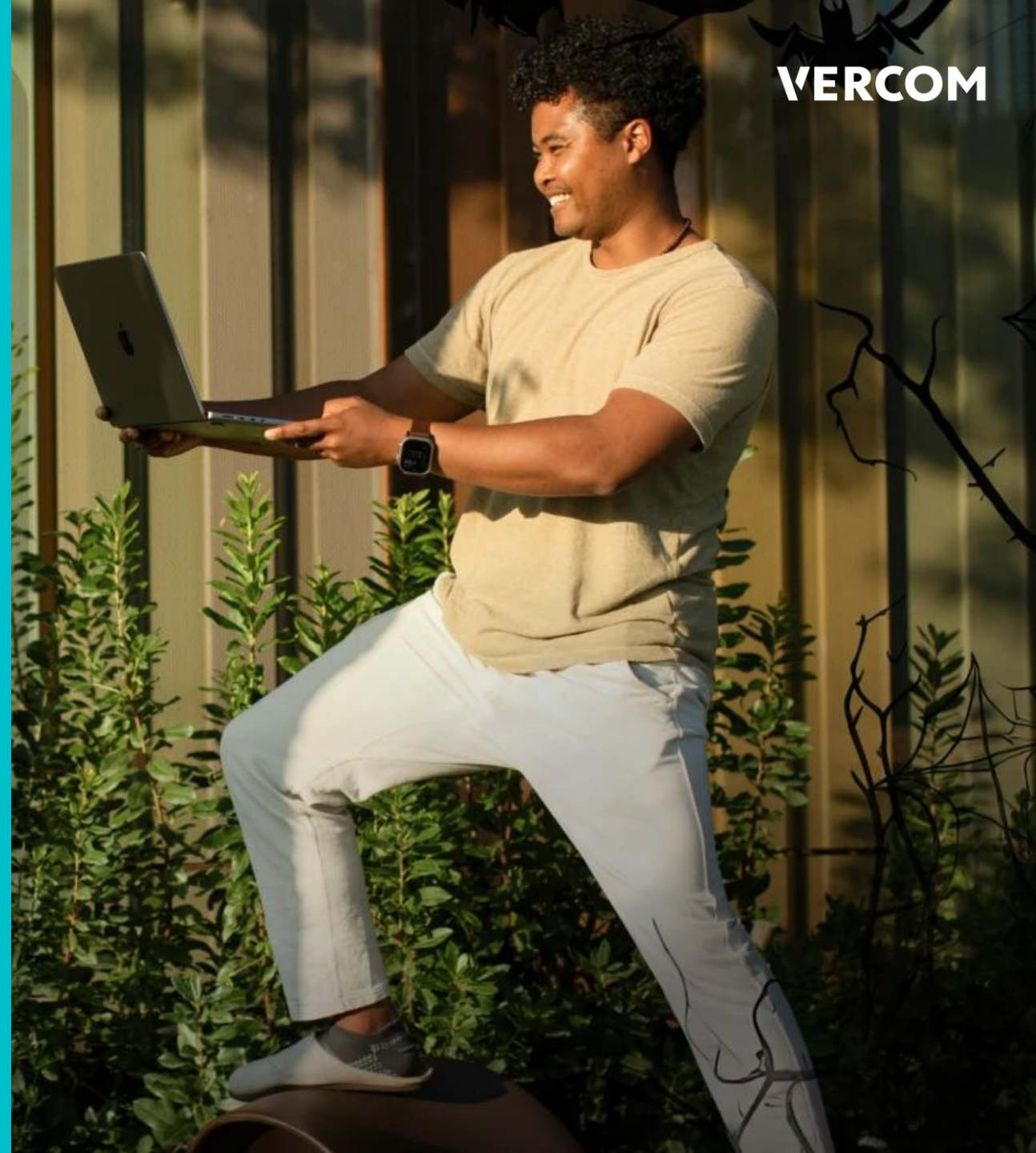
Zidentyfikuj moje najlepsze 3 newslettery z ostatniego kwartału?

Generuj



: AI napędza naszą
efektywność operacyjną
oraz user experience

VERCOM



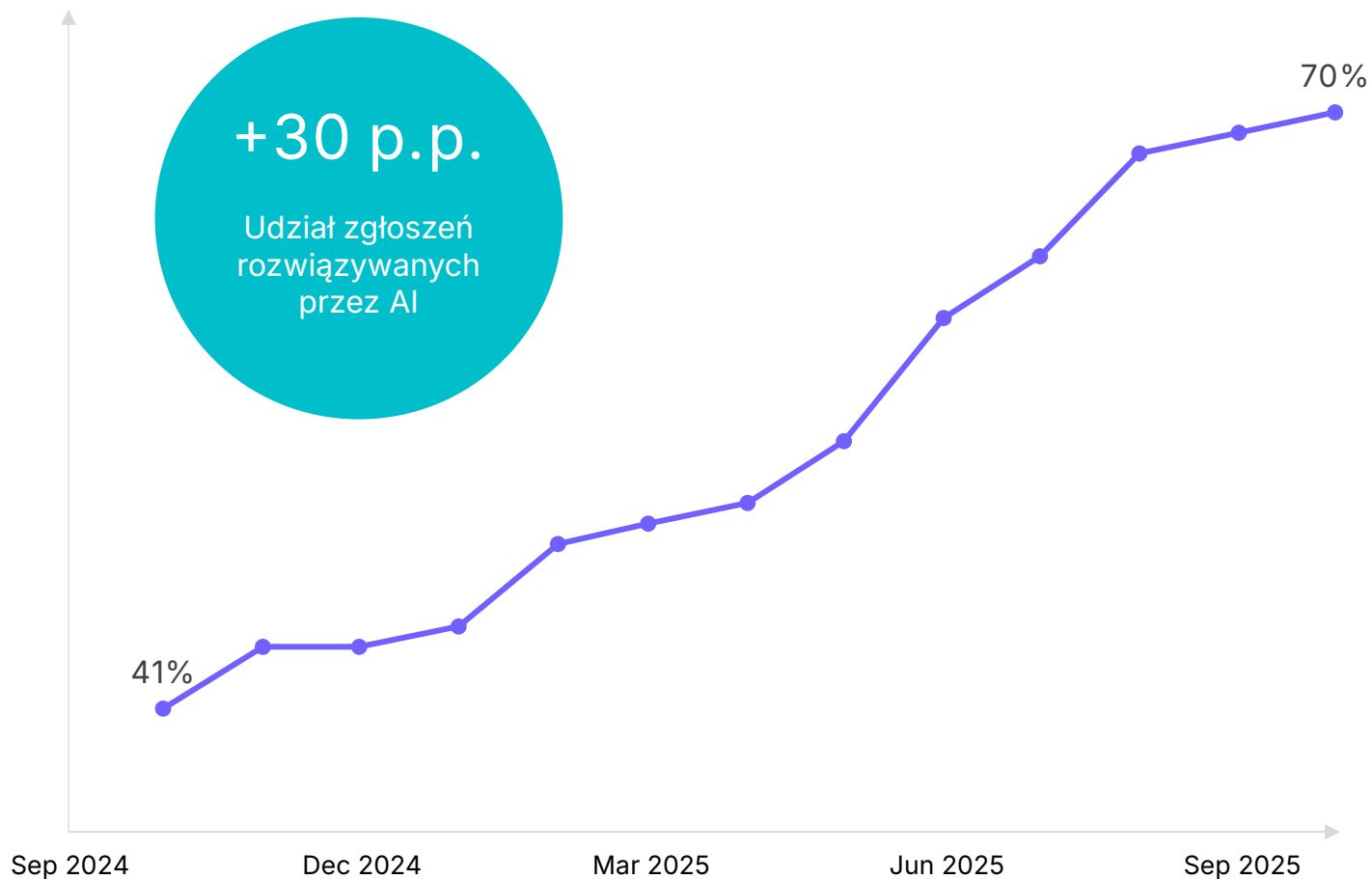
: Szybsza aktywacja klientów wspiera konwersję

Średni czas aktywacji kont dla nowych użytkowników MailerLite



: Klienci MailerLite mogą szybciej uzyskać wsparcie dzięki wykorzystaniu narzędzi AI

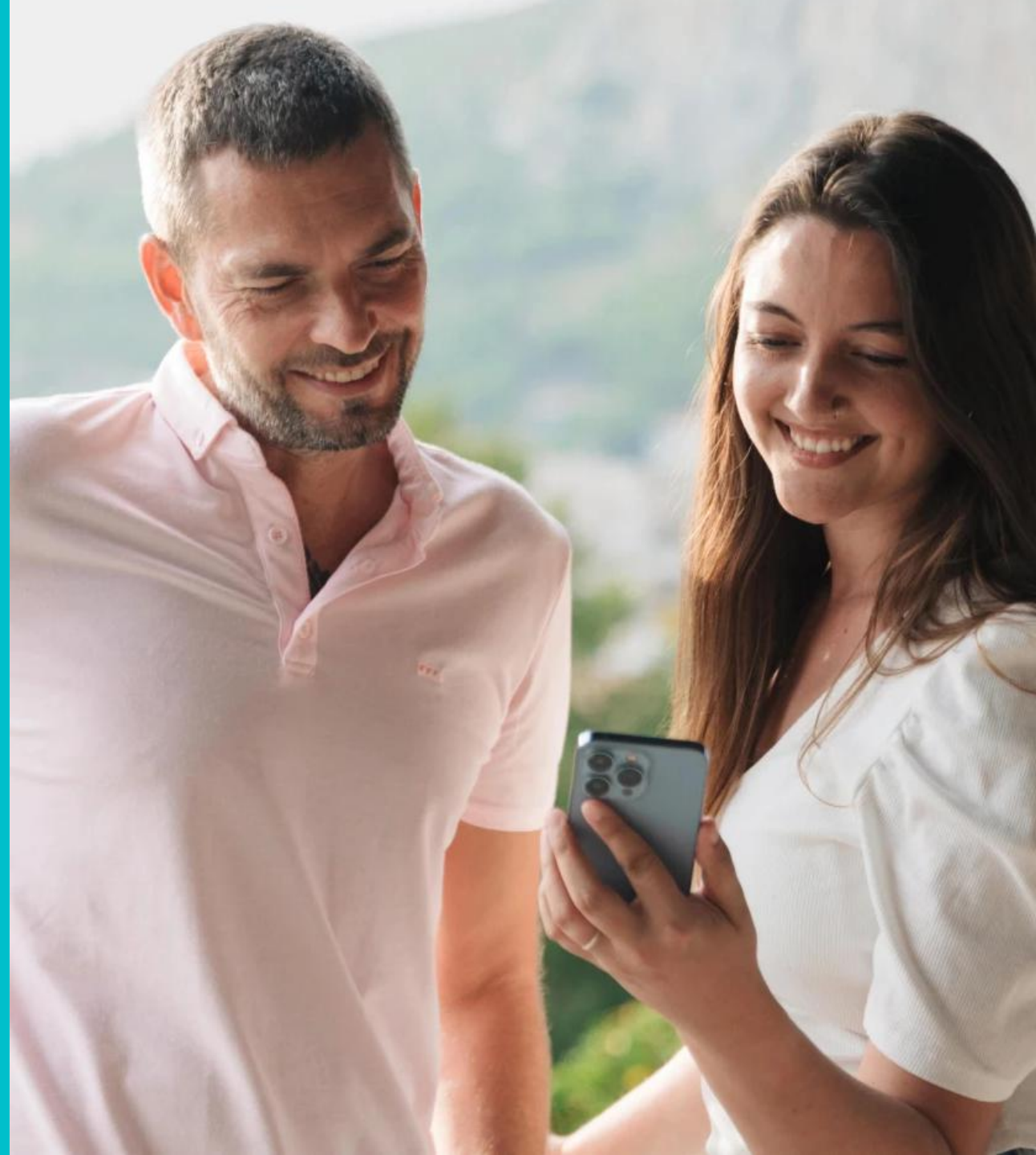
Zgłoszenia w obsłudze klienta rozwiązane przez AI (%)



Komentarz

- ✓ Obecnie około 70% zgłoszeń w obsłudze klienta rozwiązywanych jest za pomocą sztucznej inteligencji, co skutkuje szybszymi i bardziej precyzyjnymi odpowiedziami
- ✓ Całkowita liczba zgłoszeń rozwiązyanych za pomocą sztucznej inteligencji wzrosła ponad 3x rdr., co pozwala zespołowi BOK poświęcić więcej czasu na pracę z klientem i rozwiązywanie nieoczywistych problemów
- ✓ Wskaźnik satysfakcji klientów osiągnął rekordowy poziom niemal 90%, co pozytywnie przekłada się na retencję klientów

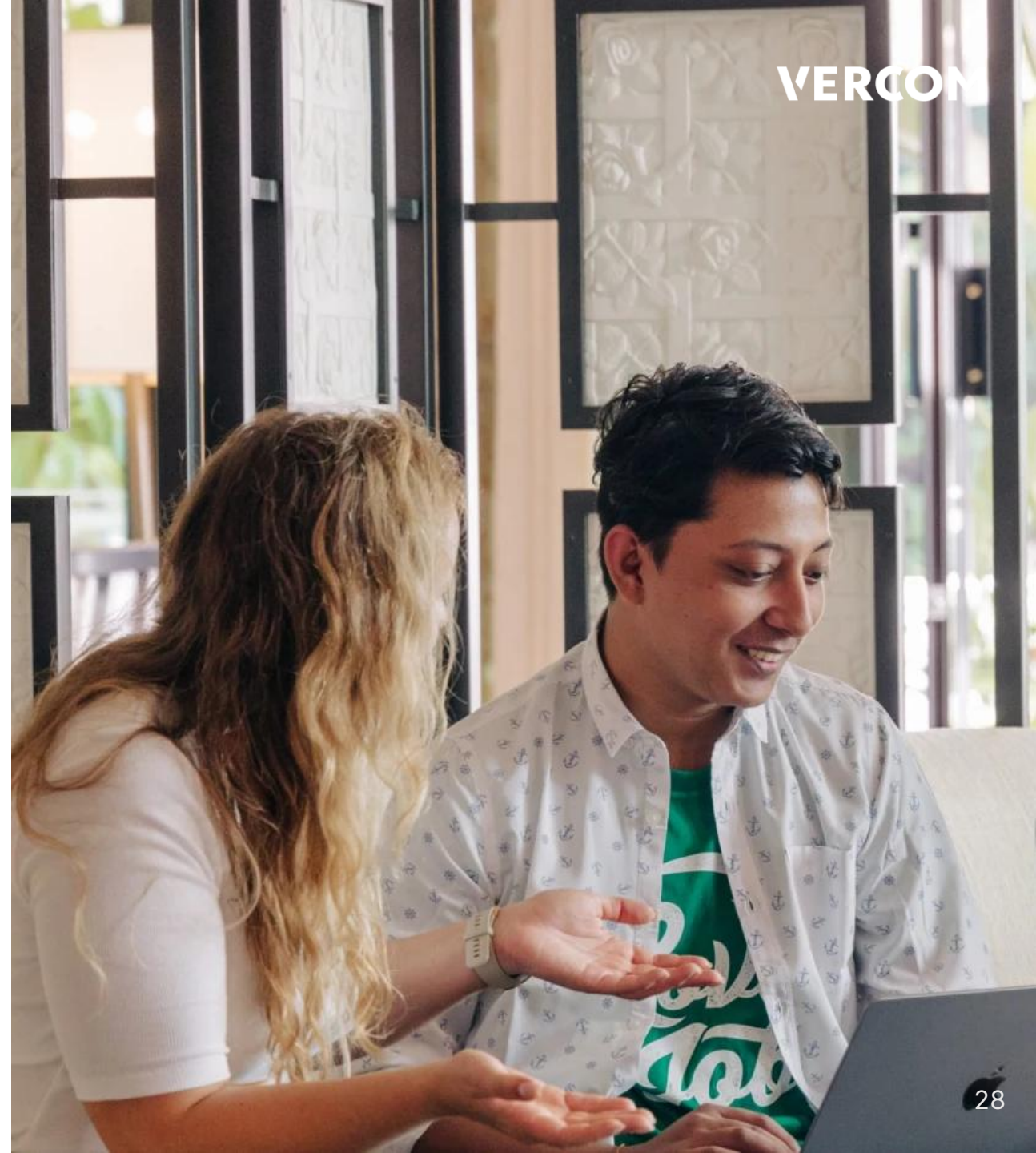
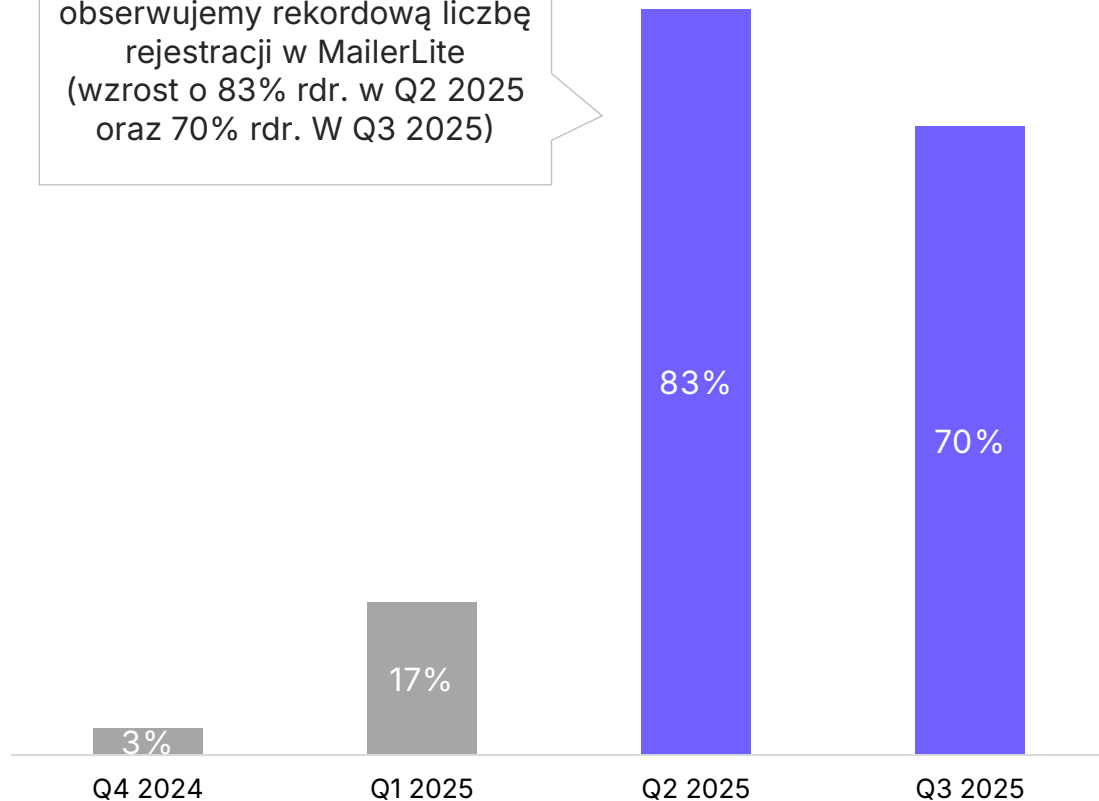
: Udane wejście w szczyt
sezonu sprzedażowego



: Rekordowy poziom nowych rejestracji

Dynamika nowych rejestracji w usłudze MailerLite rdr. (%)

Począwszy od Q2 2025, obserwujemy rekordową liczbę rejestracji w MailerLite (wzrost o 83% rdr. w Q2 2025 oraz 70% rdr. W Q3 2025)

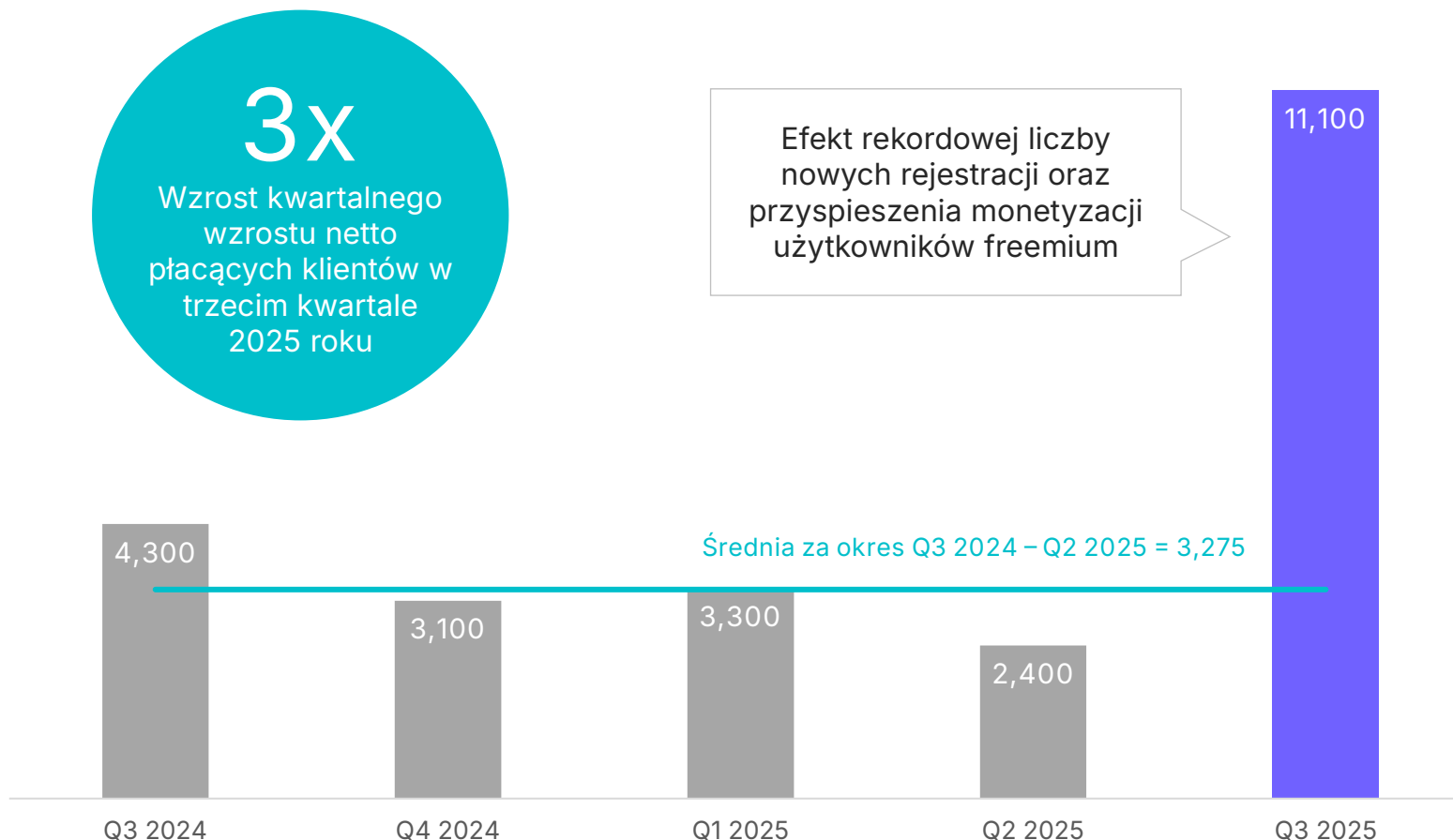


VERCON

: Znaczące przyspieszenie wzrostu liczby płacących klientów w Q3 2025

Kwartalny wzrost liczby płacących klientów

Komentarz



Rekordowa liczba nowych rejestracji przekładająca się na dynamiczny wzrost bazy klientów znacząco zwiększa potencjał monetyzacji



Zmiany w limitach darmowego planu przyspieszyły monetyzację użytkowników freemium, co odpowiadało za około 50% wzrostu liczby płacących klientów w Q3



Rosnący współczynnik konwersji w połączeniu z dynamicznym wzrostem bazy klientów oraz przyspieszeniem monetyzacji użytkowników korzystających z darmowych planów powinien wspierać przyrost liczby płacących klientów w kolejnych kwartałach

: Integracja z Shoperem wprowadzona w Q4

- ✓ Integracja ze sklepami na platformie Shoper, uruchomiona w Q4, stwarza możliwość dotarcia do ponad 20.000 potencjalnych klientów z sektora MŚP
- ✓ Integracja obu systemów umożliwi klientom Shoper:
 - Synchronizację subskrybentów, produktów i zamówień z systemem MailerLite
 - Dynamiczne segmentowanie subskrybentów (np. na nowych klientów, nieaktywnych nabywców, klientów o wysokiej wartości) w celu tworzenia spersonalizowanych ścieżek komunikacji
 - Dodawanie produktów ze sklepu Shoper bezpośrednio do newsletterów i landing page'y
 - Wdrożenie zaawansowanych automatyzacji w celu odzyskiwania porzuconych koszyków, automatyzacji wiadomości po zakupie oraz śledzenia sprzedaży generowanej przez kampanie marketingowe
- ✓ Partnerstwo z Shoper wpisuje się w strategię rozwoju MailerLite na polskim rynku i umacnia MailerLite na pozycji lidera w obszarze email marketingu dla klientów MŚP w Polsce

Nota: Po więcej informacji zapraszamy na stronę: <https://www.shoper.pl/aplikacje/mailerlite>

VERCOM

mailer **lite**



shoper

: Wyniki finansowe

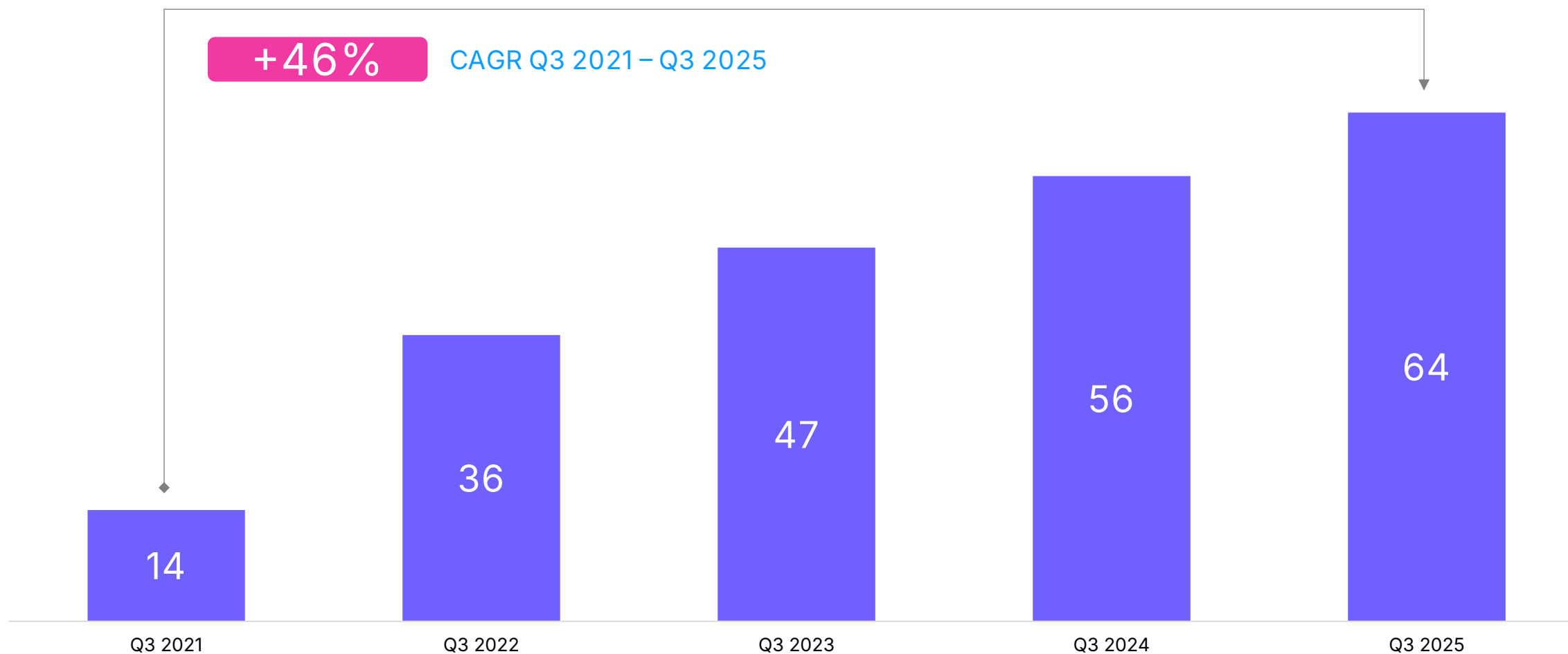


: Zdrowa struktura
wzrostu oparta o
nowych klientów oraz
dosprzedaż usług



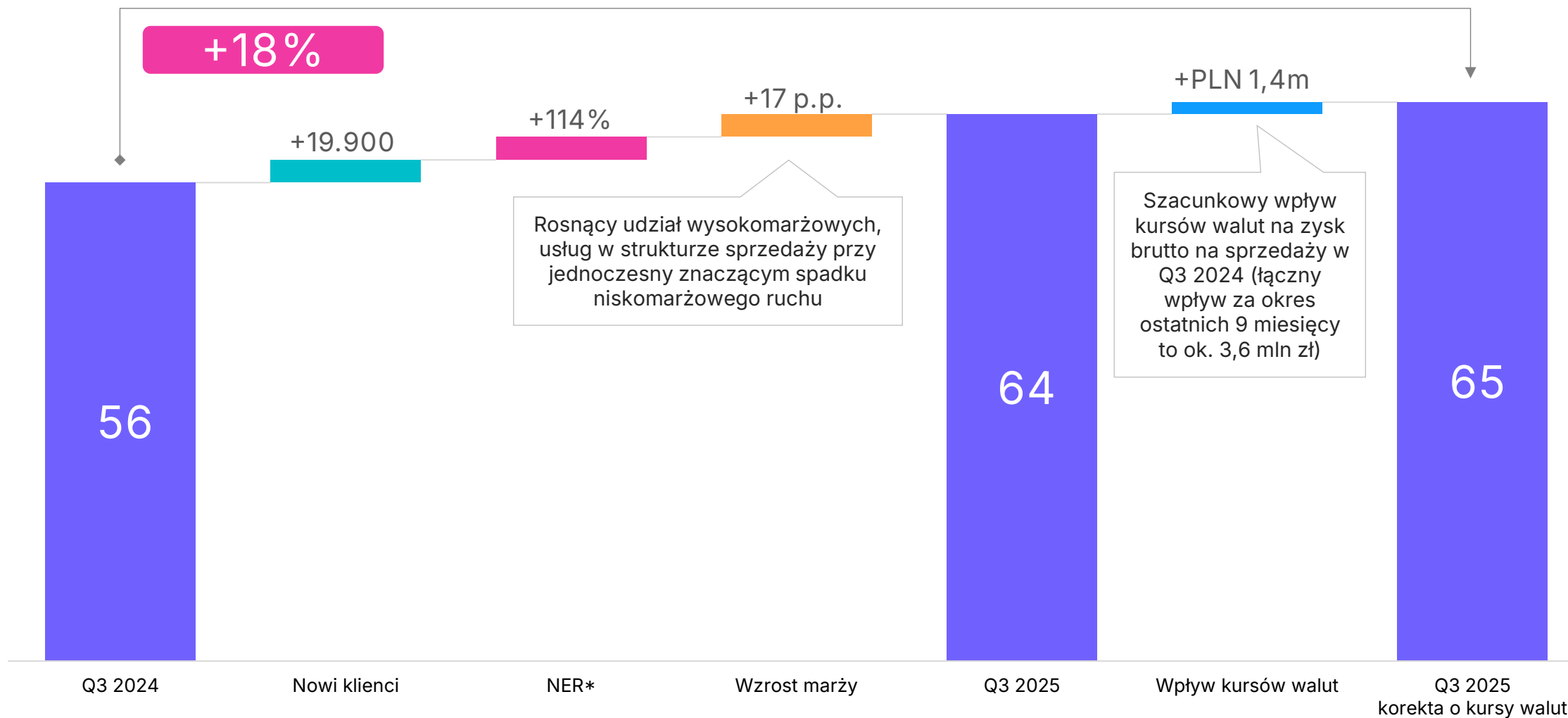
: Konsekwentny wzrost skali działalności

Zysk brutto na sprzedaży (mln zł)



: Wzrost marży brutto napędzany pozyskiwaniem klientów oraz dosprzedażą usług

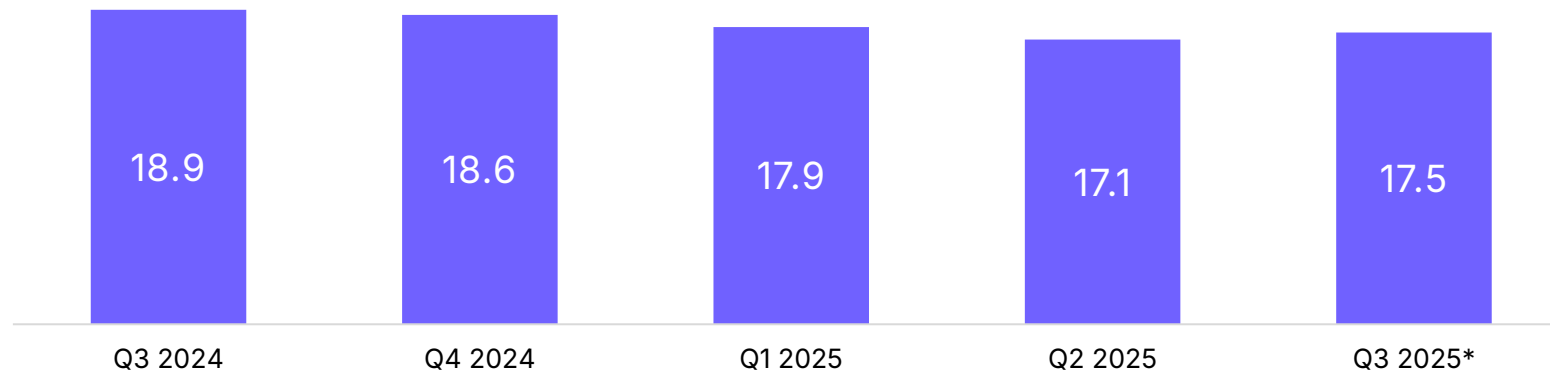
Zysk brutto na sprzedaży (mln zł)



* NER (Net Expansion Rate) – zmiana przychodów od klientów CPaaS generujących przychody zarówno w bieżącym, jak i porównawczym okresie, z wyłączeniem największego klienta.

: Stabilny poziom kosztów SG&A wzmacnia efekt dźwigni operacyjnej

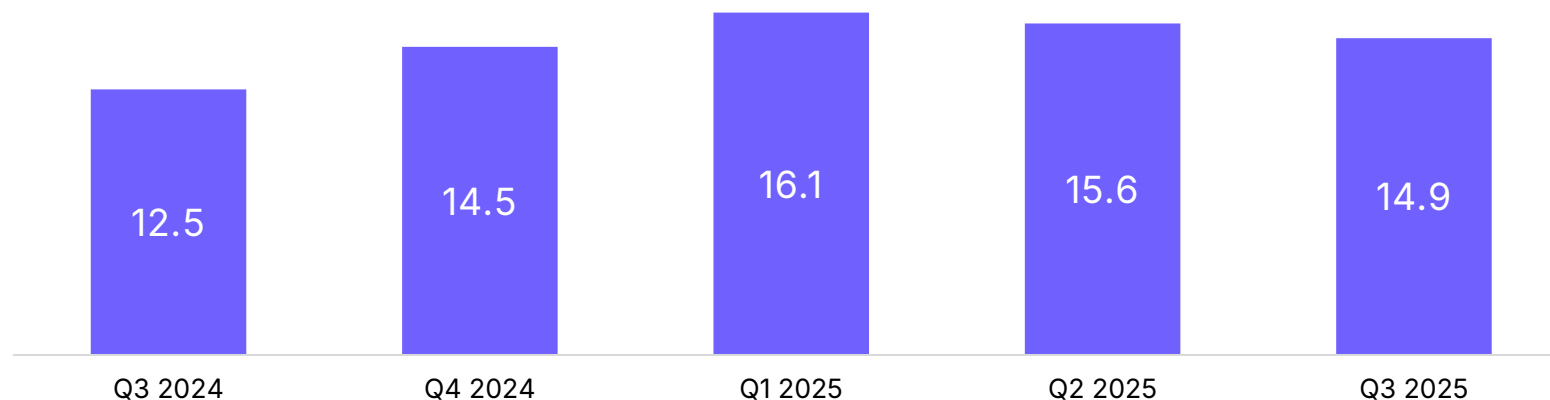
Skorygowane koszty ogólnego zarządu (mln zł)



Komentarz

- ✓ Stabilizacja kosztów ogólnych wspierana przez realizację synergii kosztowych pomiędzy spółkami z Grupy oraz rosnącą efektywność wynikającą z zastosowania AI
- ✓ Skuteczna kontrola kosztów wspiera efekt dźwigni operacyjnej

Koszty sprzedaży i marketingu (mln zł)



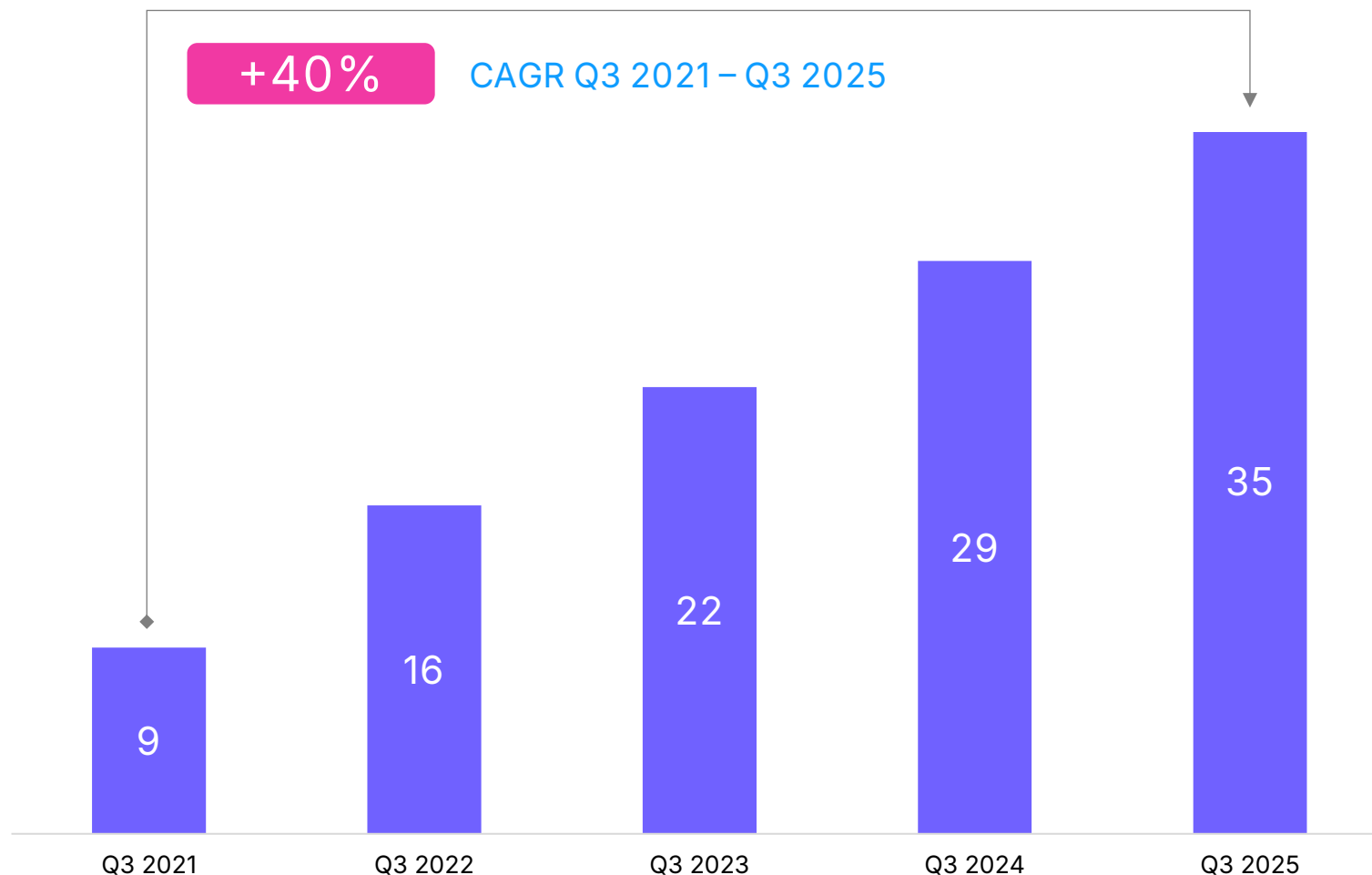
- ✓ Ustabilizowanie poziomu wydatków marketingowych w Q3 2025
- ✓ Spodziewany wzrost budżetu marketingowego w Q4 ze względu na nadchodzący szczyt sezonu sprzedażowego

* Koszty ogólnego zarządu skorygowane o koszt wyceny programu ESOP w wysokości ok. 3,7 mln zł

: Dynamiczny wzrost EBITDA zgodny z docelową trajektorią wzrostu

Skorygowana EBITDA (mln zł)

Komentarz



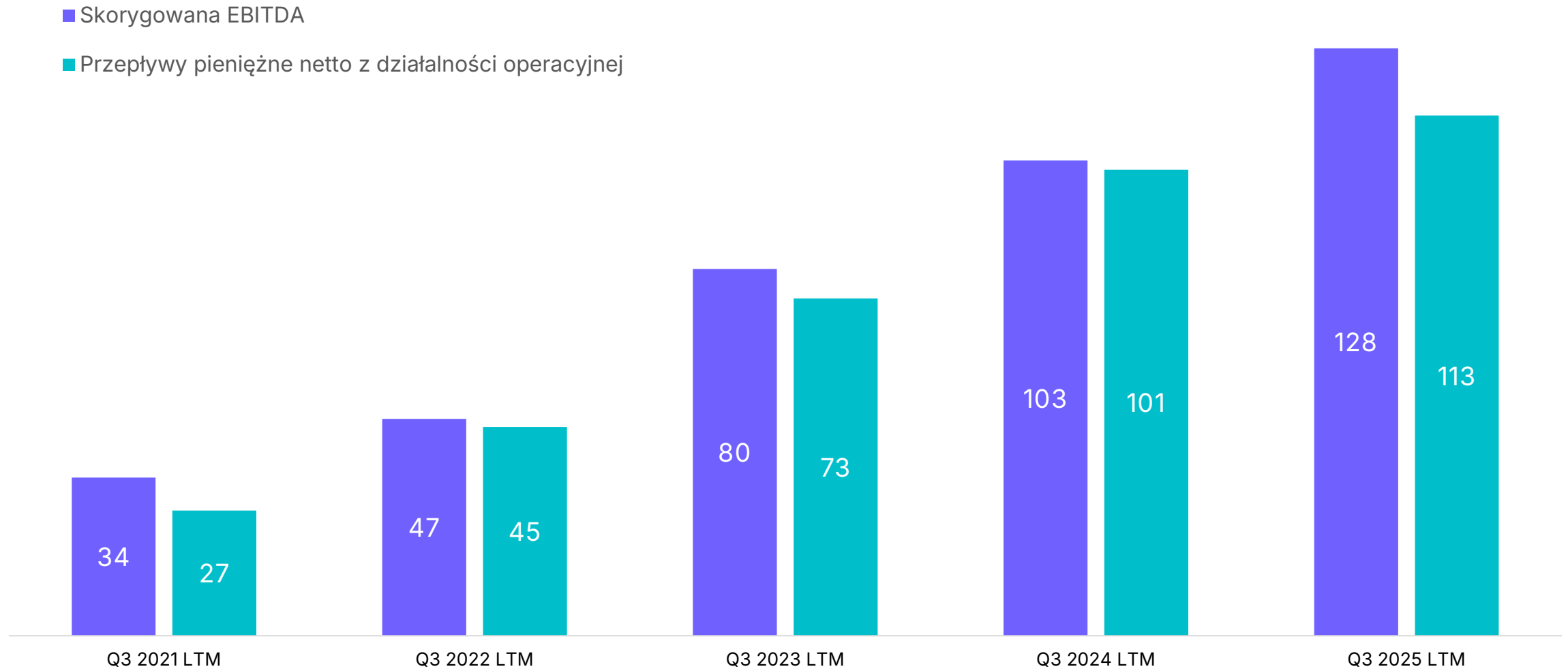
- ✓ Dynamika EBITDA w Q3 2025 zgodna z oczekiwaną ścieżką wzrostu w 2025
- ✓ EBITDA skorygowana o:
(i) ok. 3,7 mln zł kosztów ESOP,
(ii) ok. 50 tys. zł kosztów związanych z nowym programem ESOP oraz (iii) ok. 40 tys. zł kosztów reorganizacji
- ✓ Wzrost organiczny na poziomie ok. 23% r/r wspierany przez dynamiczny wzrost liczby nowych klientów, dosprzedaż usług oraz efekt dźwigni operacyjnej
- ✓ Wzrost marży EBITDA o ok. 11 p.p. – efekt mniejszego udziału niskomarżowego ruchu w strukturze sprzedaży

: Wysoka zdolność
generowania gotówki
potwierdzona
rosnącymi przepływami



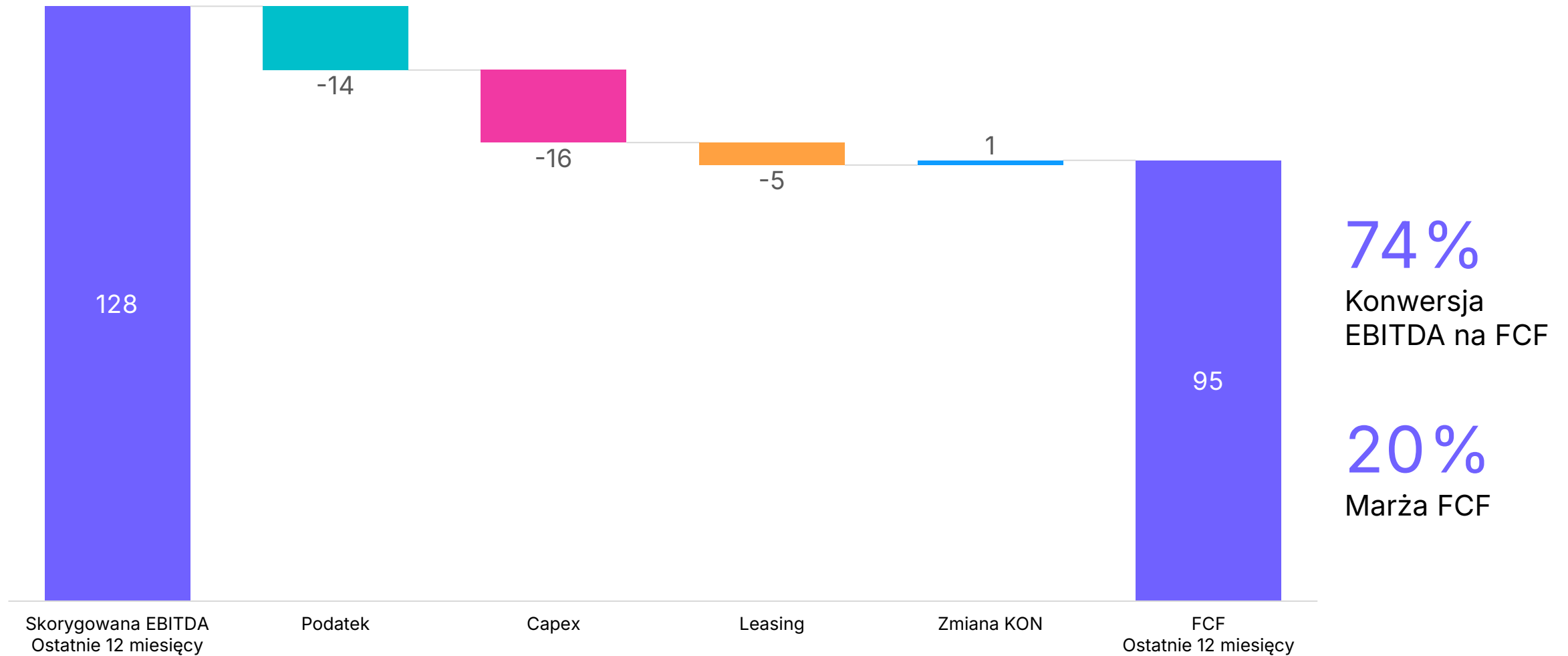
: Wysoki poziom konwersji EBITDA na przepływy operacyjne

Skorygowana EBITDA i przepływy netto z działalności operacyjnej za okres ostatnich 12 miesięcy (LTM) (mln zł)



: Silna generacja gotówki wspierana przez marżę FCF na poziomie ~20%

Konwersja EBITDA na FCF za okres ostatnich 12 miesięcy (LTM) (mln zł)



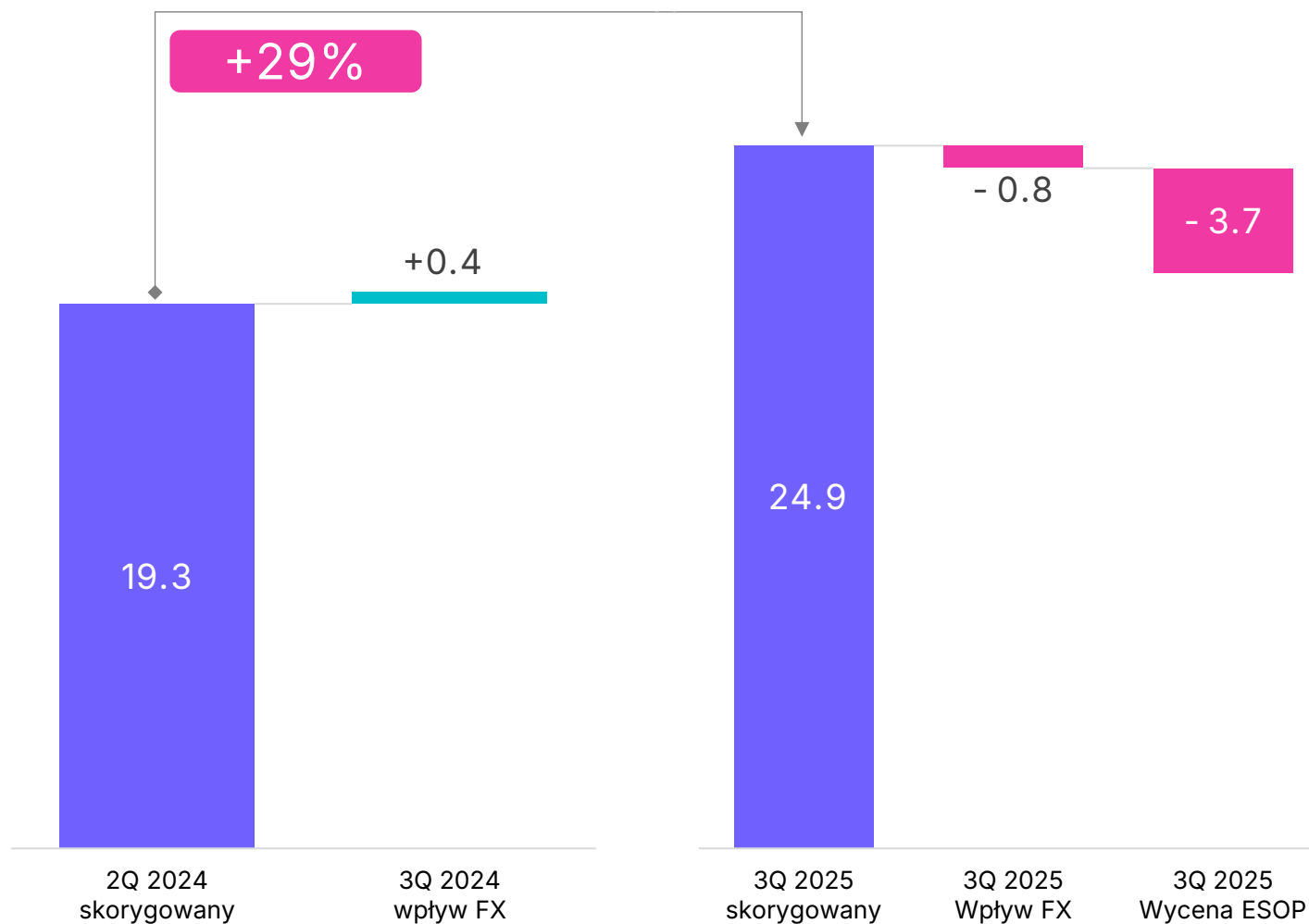
: Wzrost zysku netto
wspierany redukcją
zadłużenia

VERCOM



: Wzrost zysku netto napędzany dźwignią operacyjną

Skorygowany zysk netto (mln zł)



Komentarz

- ✓ Wzrost skorygowanego zysku netto o 29% r/r do ok. 25 mln zł
- ✓ Raportowany zysk netto skorygowany o niegotówkowe koszty ESOP (ok. 3,7 mln zł) oraz różnice kursowe na wycenie kredytu (-0,8 mln zł w Q3 2025 vs. +0,4 mln zł w Q3 2024)
- ✓ Wzrost marży zysku netto o 8,1 p.p. do ponad 21% w Q3 2025
- ✓ Zysk netto wspierany przez:
 - Silny efekt dźwigni operacyjnej dzięki niższym kosztom SG&A
 - Spadające koszty finansowania wynikające ze stopniowej spłaty kredytów

VERCOM

: Strategia



: Konsekwentna
realizacji strategii
rozwoju na rynku
globalnym

VERCOM



: Strategia długoterminowego wzrostu

VERCOM

Rozwój usług

01

Dopasowanie usługi do potrzeb klientów

Naszym celem jest dostarczanie usług, które są idealnie dopasowane do potrzeb konkretnych grup docelowych, od małych przedsiębiorców po globalne korporacje

Pozyskiwanie klientów

02

Budowa rozpoznawalności marki

Nasza strategia pozyskiwania klientów opiera się na budowie rozpoznawalności marki poprzez współpracę z marketerami, deweloperami i integratorami usług oraz na selektywnych akwizycjach

Rozwój współpracy z klientami

03

Rozwój współpracy z klientami

Pozyskanie klienta to początek współpracy, którą konsekwentnie rozwijamy poprzez aktywne wsparcie w budowie strategii komunikacji, dostarczanie nowych funkcjonalności oraz rozwiązywanie problemów



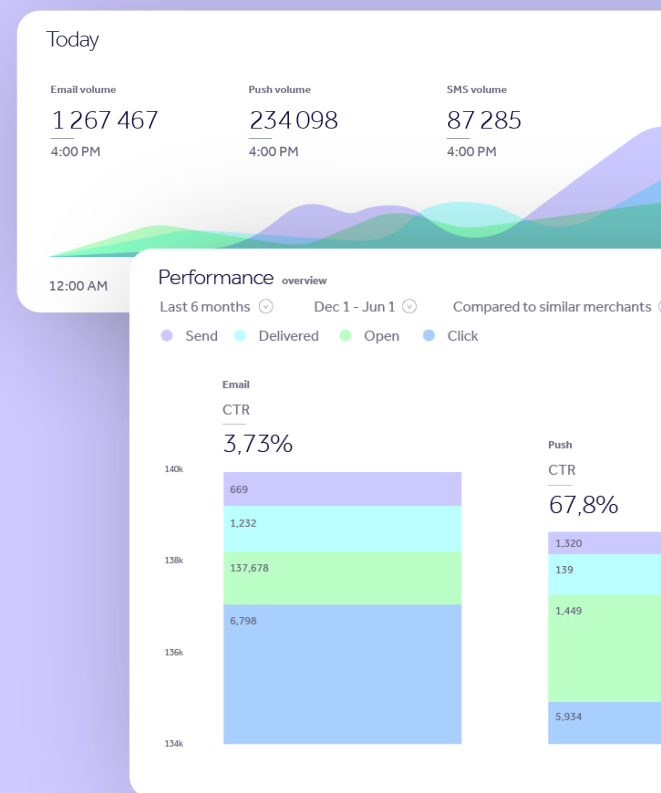
: MessageFlow

Platforma dla klientów Enetprise
zapewniająca dostęp do
wszystkich kanałów komunikacji
poprzez wspólne API

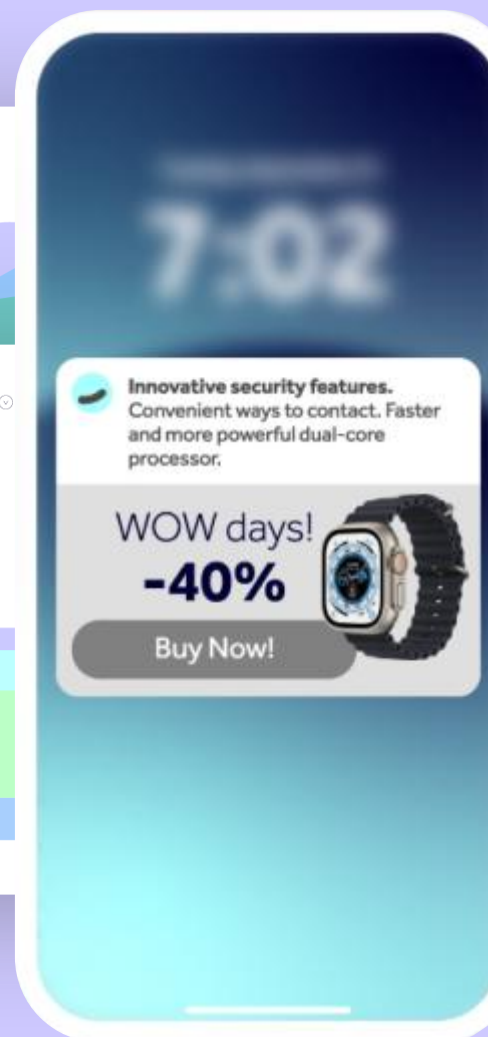


: MessageFlow – platforma dla klientów Enterprise

- ✓ Jedno API, wiele kanałów komunikacji
Dostęp do kanałów sms, email, push i OTT poprzez jedno API umożliwia realizację zaawansowanych strategii komunikacji
- ✓ Nieograniczona skalowalność usługi
Wysoka przepustowość do kilku milionów wiadomości na godzinę umożliwia prowadzenie rozbudowanych kampanii przez najbardziej wymagających klientów
- ✓ Wysoki poziom dostarczalności
Dzięki dostarczalności email na poziomie przekraczającym 99,98% dajemy komfort, że wiadomość dotrze do adresata
- ✓ Najwyższe standardy bezpieczeństwa
Certyfikat ISO 27001 i ISO 27018 w połączeniu z zaawansowanymi mechanizmami ochrony opartymi o AI zapewnia klientom wyjątkowy poziom bezpieczeństwa danych
- ✓ Zaawansowane narzędzia analityczne
Dzięki bezpośrednim połączeniom z operatorami GSM oraz dostawcami usług poczty elektronicznej jesteśmy w stanie zapewnić klientom wysokiej jakości dane analityczne



VERCOM



: Prosta i szybka integracja dopasowana do potrzeb danego klienta

VERCOM

Web APP

Przyjazna i prosta w obsłudze aplikacja webowa dla klientów potrzebujących podstawowych funkcjonalności



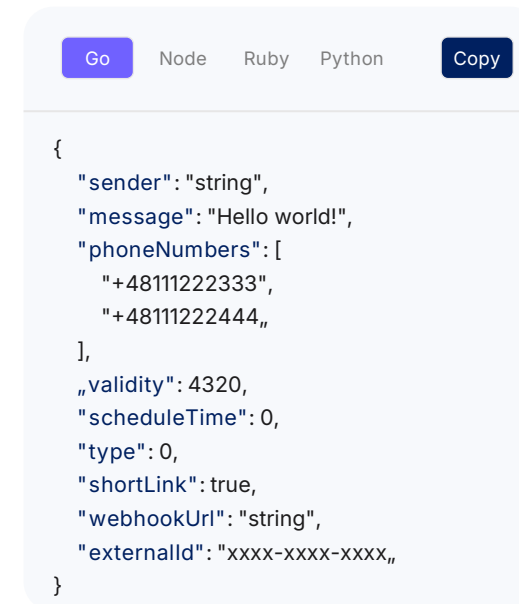
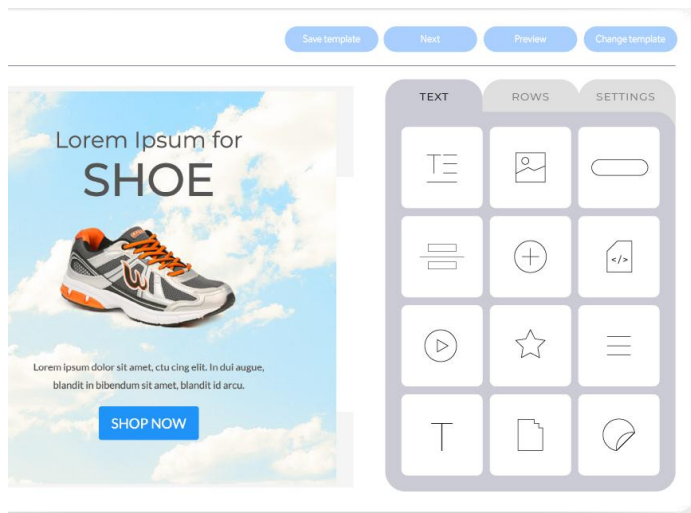
Integracje

Gotowe integracje z setkami najpopularniejszych platform SaaS



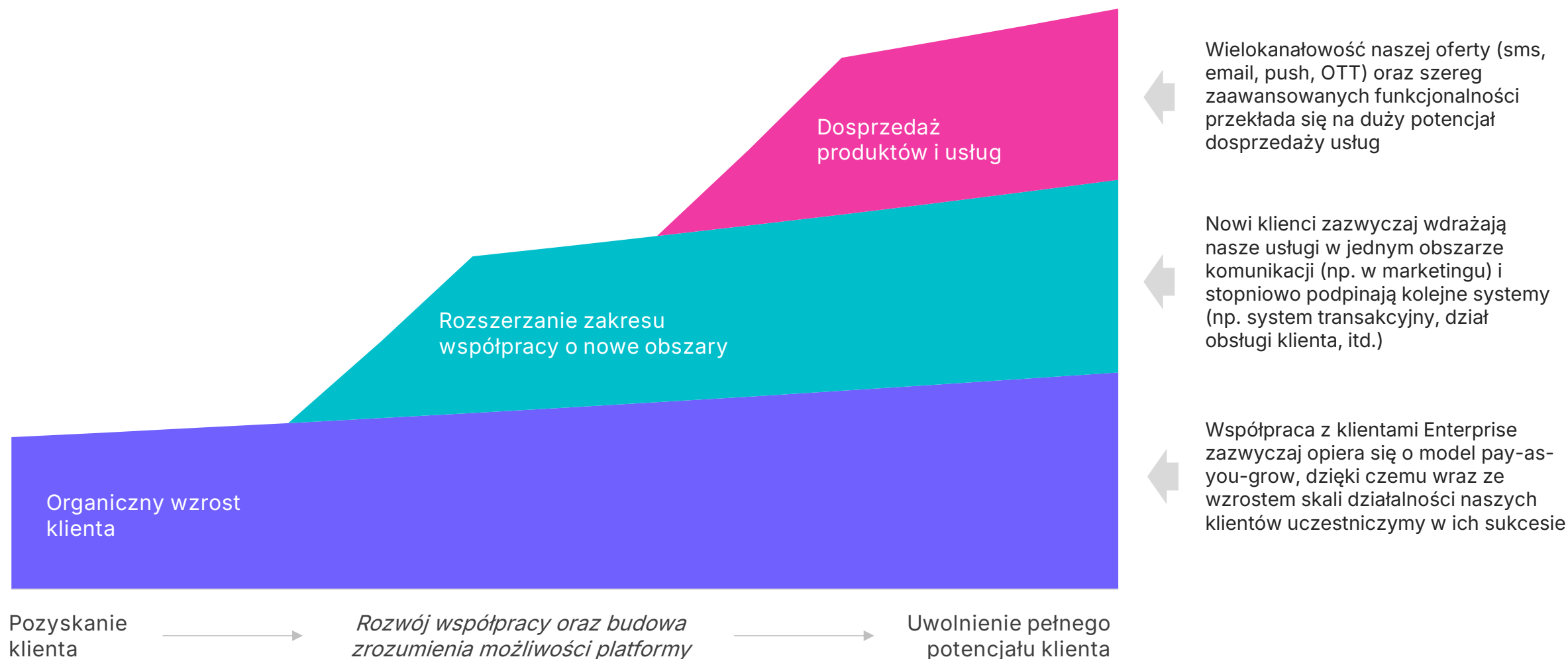
API

Nowoczesne i elastyczne API umożliwia bezpośrednią integrację z dowolnym systemem klienta



: Strategia rozwoju współpracy z klientami Enterprise

Wzrost przychodów od klientów rozliczanych w modelu pay-as-you-grow



: MailerLite

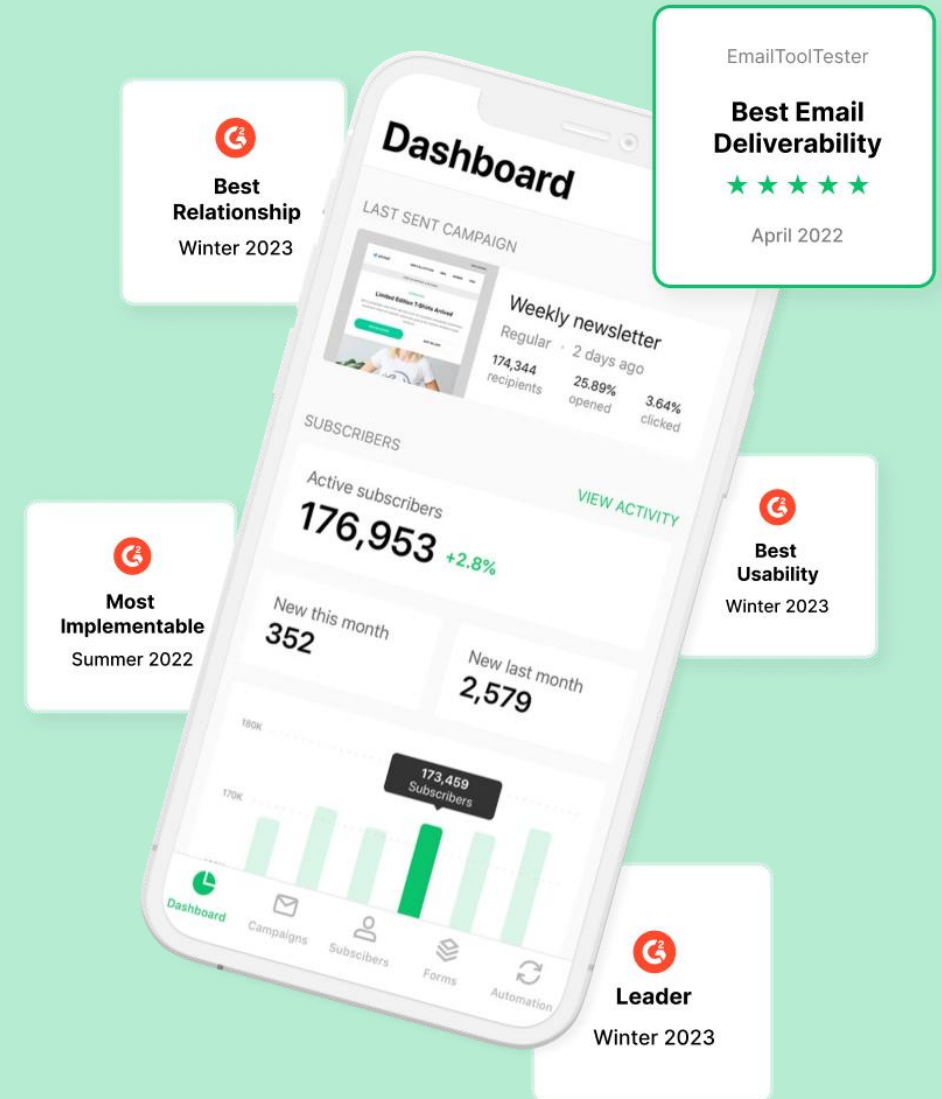
Usługi email marketingu dla klientów SME, dzięki którym szybciej pozyskasz klientów i skuteczniej zwiększysz przychody
































: MailerLite – platforma dla klientów SME oraz twórców

VERCOM

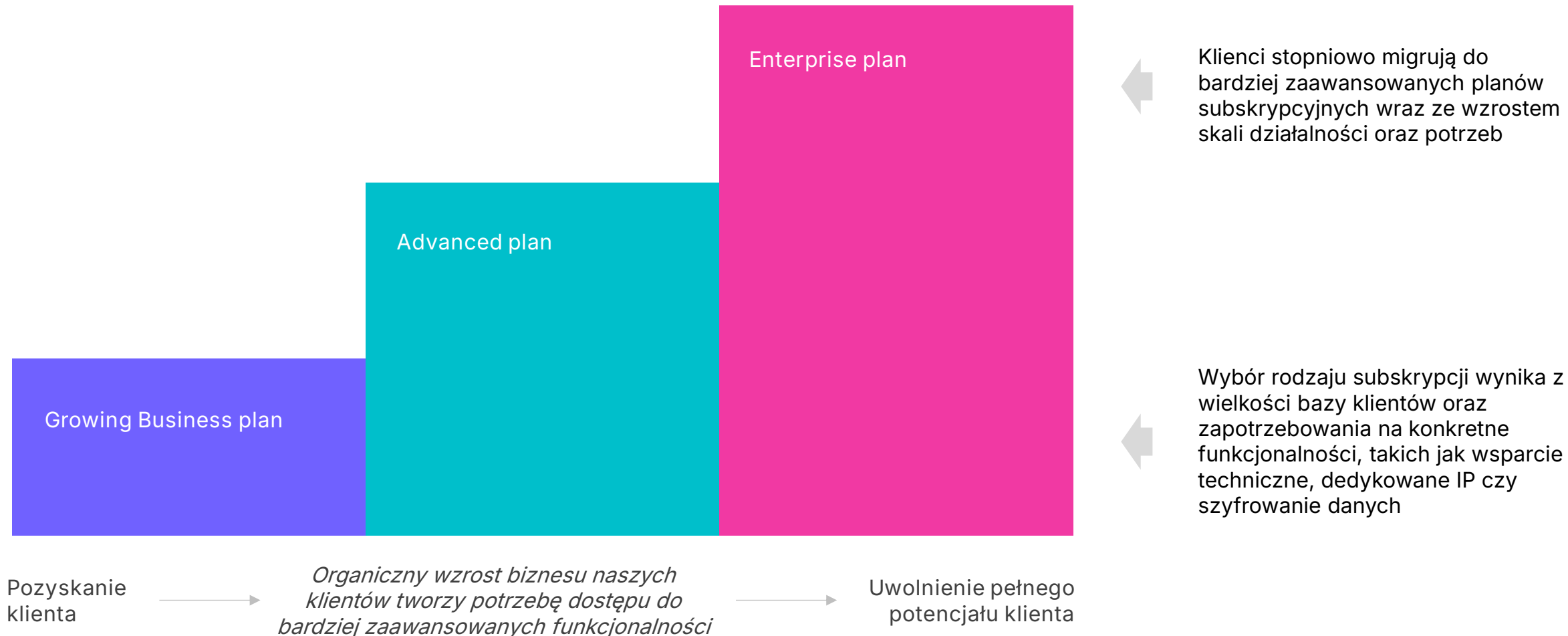
- ✓ **Przejrzysty i funkcjonalny design**
Tworzymy produkty o zaawansowanej funkcjonalności jednocześnie koncentrując się na tym, aby nasze narzędzia były łatwe w użyciu
- ✓ **Potrzeby klientów zawsze na pierwszym miejscu**
Zapewniamy klientom całodobowe wsparcie oraz inwestujemy w nowe funkcjonalności, których ludzie potrzebują aby odnieść sukces i rozwijać biznes
- ✓ **Szeroki zakres dostępnych integracji**
Dajemy możliwość integracji usługi MailerLite z zewnętrznymi aplikacjami aby ułatwić wymianę danych oraz zapewnić większe możliwości automatyzacji
- ✓ **Łatwiejsza monetyzacja treści**
Dzięki przyjaznej konfiguracji płatności dajemy klientom możliwość zarabiania na tworzonych przez nich treściach
- ✓ **Szeroki zakres dodatkowych funkcjonalności**
Pozyskiwanie nowych klientów może być jeszcze efektywniejsze dzięki możliwości szybkiego tworzenia efektownych stron internetowych oraz formularzy zapisu



: Jedna z najlepiej ocenianych przez klientów usług email marketingu

<div><div> MailerLite VERCOM</div><div> Klaviyo</div><div> Mailchimp INTUIT</div><div> HubSpot</div><div></div></div>				
<div><div></div><div>4,7 (2 245)</div></div>	<div><div></div><div>4,6 (506)</div></div>	<div><div></div><div>4,5 (17 446)</div></div>	<div><div></div><div>4,5 (6 184)</div></div>	Ocena
<div><div></div><div>4,6</div></div>	<div><div></div><div>4,5</div></div>	<div><div></div><div>4,4</div></div>	<div><div></div><div>4,3</div></div>	Łatwość korzystania
<div><div></div><div>4,8</div></div>	<div><div></div><div>4,3</div></div>	<div><div></div><div>4,2</div></div>	<div><div></div><div>4,4</div></div>	Obsługa klienta
<div><div></div><div>4,5</div></div>	<div><div></div><div>4,6</div></div>	<div><div></div><div>4,4</div></div>	<div><div></div><div>4,4</div></div>	Zakres usług
<div><div></div><div>4,7</div></div>	<div><div></div><div>4,3</div></div>	<div><div></div><div>4,4</div></div>	<div><div></div><div>4,2</div></div>	Stosunek jakości do ceny
<div><div></div><div>\$10,00</div></div>	<div><div></div><div>\$20,00</div></div>	<div><div></div><div>\$13,00</div></div>	<div><div></div><div>\$20,00</div></div>	Najtańszy pakiet

Wzrost przychodów od klientów rozliczanych w modelu subskrypcyjnym



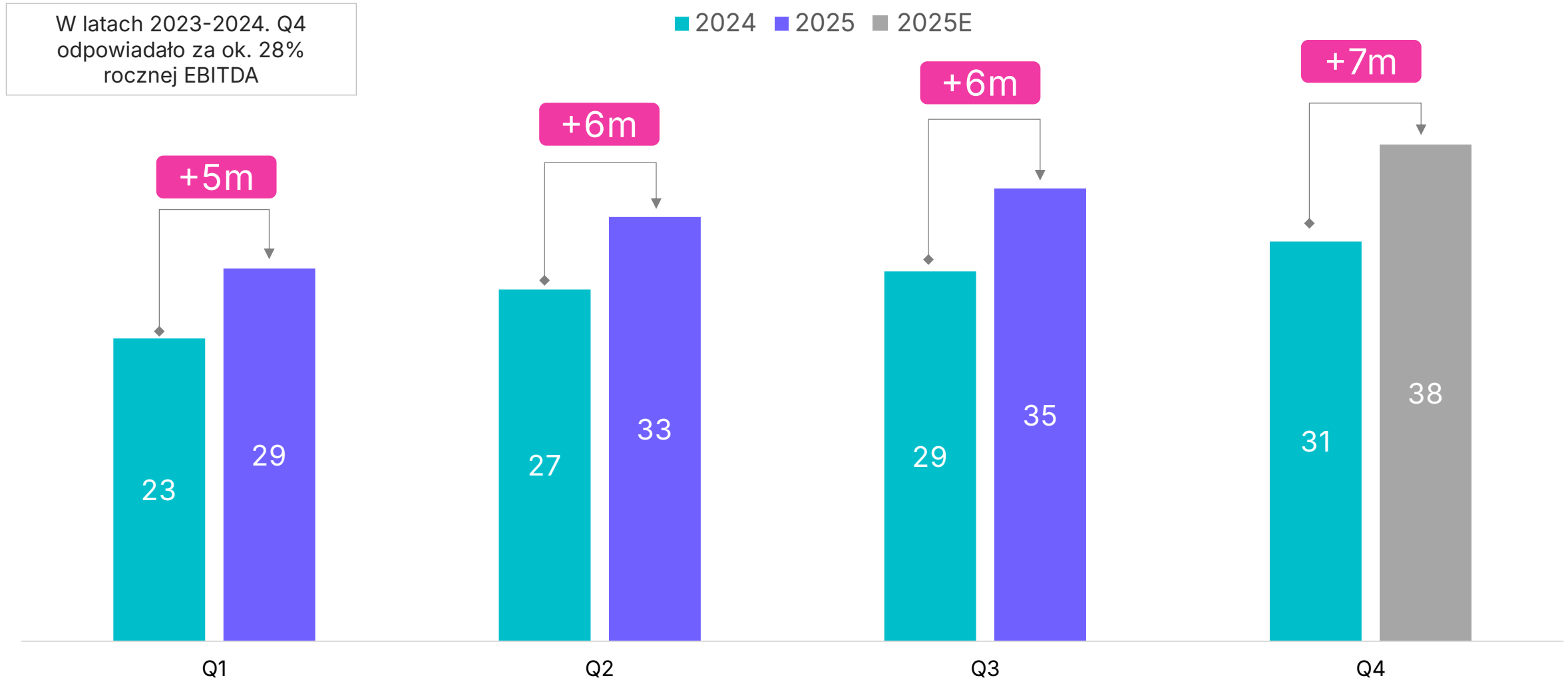
: Jesteśmy na dobrej
drodze do realizacji
celu EBITDA na 2025

VERCOM



: Wzrost zgodny z wyznaczoną trajektorią rozwoju w 2025 roku

Skorygowana EBITDA⁽¹⁾ (mln zł)



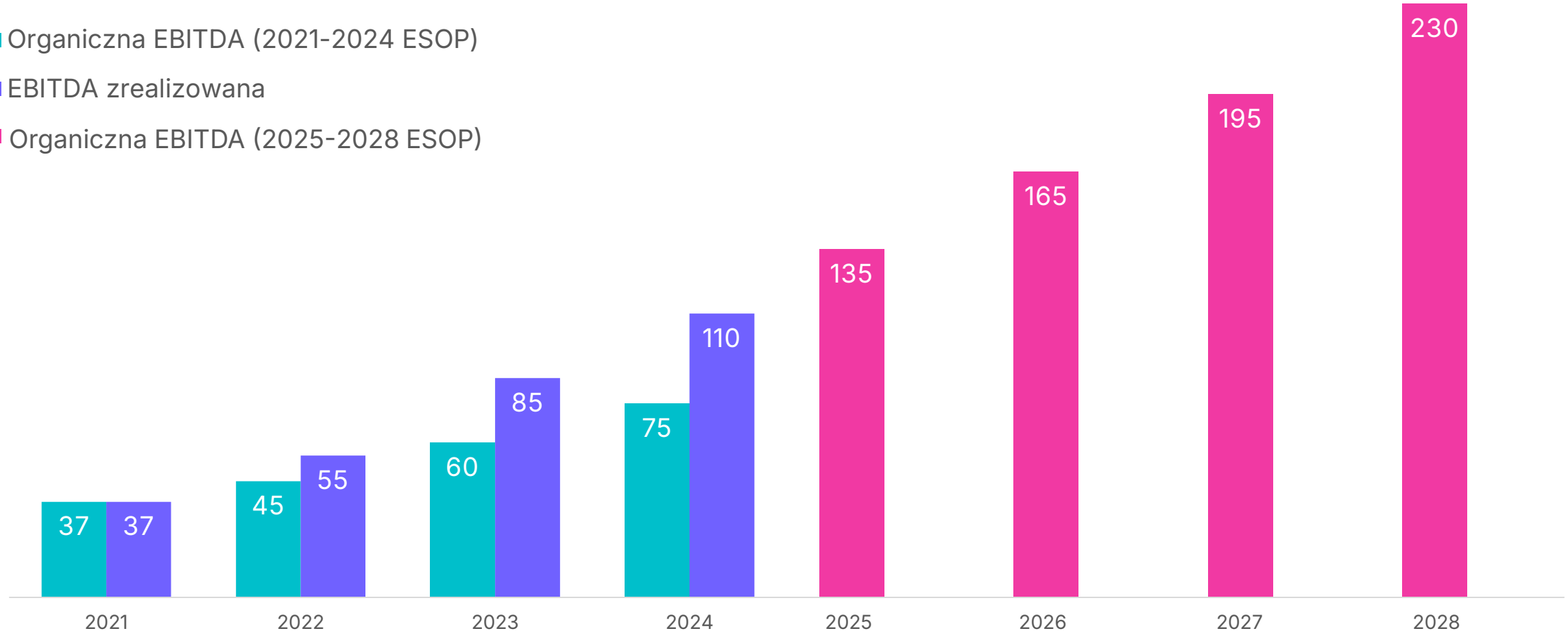
(1) Cel na III-IV kw. 2025 oparty na bieżących trendach oraz historycznej sezonowości

: Cele EBITDA w nowym programie motywacyjnym (ESOP) na lata 2025-2028

Cele EBITDA w zakończonym ESOP na lata 2021-2024

Cele EBITDA w nowym ESOP na lata 2025-2028

- Organiczna EBITDA (2021-2024 ESOP)
- EBITDA zrealizowana
- Organiczna EBITDA (2025-2028 ESOP)



: Podsumowanie wyników Q3 2025

- Wzrost skorygowanej EBITDA o 23% rdr, zgodny z przyjętym celem EBITDA na poziomie 135 mln zł w 2025 roku.
- Przyspieszenie dynamiki pozyskiwania klientów, +11 100 nowych klientów w samym Q3 2025, 3x więcej niż średnia za poprzednie cztery kwartały.
- Uwolnienie potencjału AI w MailerLite napędza rozwój produktowy oraz procesy związane z obsługą klientów, wspierając efektywność operacyjną i podnosząc poziom „user experience”.
- Modele AI mogą „komunikować się” z MailerLite, co pozwala klientom wykorzystać popularne narzędzia takie jak ChatGPT do analizy danych, zlecenia wysyłek oraz automatyzacji zadań
- Rekordowa liczba nowych rejestracji w MailerLite oraz przyspieszenie monetyzacji użytkowników freemium powinno przełożyć się na trwały wzrost dynamiki pozyskiwania płacących klientów w nadchodzących kwartałach.

VERCOM



VERCOM

: Dane
finansowe



: Rachunek wyników – wariant kalkulacyjny

(tys. zł)	Q3 2024	Q3 2025	Zmiana	9m 2024	9m 2025	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	145 112	116 529	-19,7%	365 586	341 361	-6,6%
Koszty wytworzenia usług	(89 503)	(52 558)	-41,3%	(205 572)	(157 265)	-23,5%
Zysk brutto na sprzedaży	55 609	63 971	15,0%	160 014	184 096	15,0%
Koszty sprzedaży i marketingu	(12 516)	(14 886)	18,9%	(35 666)	(46 590)	30,6%
Koszty ogólnego zarządu	(18 910)	(21 266)	12,5%	(57 517)	(56 261)	-2,2%
Zysk na sprzedaży	24 183	27 819	15,0%	66 831	81 245	21,6%
Pozostałe przychody operacyjne	43	20	-53,5%	243	122	-49,8%
Zysk na sprzedaży niefinansowych aktywów trwałych	16	(4)	-	19	(39)	-
Pozostałe koszty operacyjne	(40)	(12)	-70,0%	(132)	(218)	65,2%
Odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych	-	0	-	(116)	26	-
Odpisy z tytułu utraty wartości należności	336	(118)	-	(146)	391	-
Zysk na działalności operacyjnej	24 537	27 705	12,9%	66 700	81 527	22,2%
Przychody finansowe	813	(240)	-	2 168	629	-71,0%
Koszty finansowe	(1 705)	(2 072)	21,5%	(5 787)	(4 799)	-17,1%
Koszty finansowe netto	(891)	(2 312)	159,5%	(3 619)	(4 170)	15,2%
Zysk przed opodatkowaniem	23 646	25 393	7,4%	63 081	77 357	22,6%
Podatek dochodowy	(3 921)	(5 079)	29,5%	(8 560)	(11 555)	35,0%
Zysk netto z działalności kontynuowanej	19 724	20 314	3,0%	54 520	65 802	20,7%

: Rachunek wyników – wariant porównawczy

(tys. zł)	Q3 2024	Q3 2025	Zmiana	9m 2024	9m 2025	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	145 112	116 529	-19,7%	365 586	341 361	-6,6%
Pozostałe przychody operacyjne	43	20	-53,5%	243	122	-49,8%
Amortyzacja	(4 010)	(3 730)	-7,0%	(11 946)	(11 482)	-3,9%
Usługi obce	(110 873)	(75 189)	-32,2%	(267 706)	(226 543)	-15,4%
Koszty świadczeń pracowniczych	(5 723)	(9 491)	65,8%	(17 986)	(21 022)	16,9%
Zużycie materiałów i energii	(240)	(242)	0,8%	(858)	(830)	-3,3%
Podatki i opłaty	(85)	(58)	-31,8%	(259)	(239)	-7,7%
Pozostałe koszty operacyjne	(40)	(12)	-70,0%	(132)	(218)	65,2%
Zysk/(strata) na sprzedaży i likwidacji rzeczowych aktywów trwałych	16	(4)	-	19	(39)	-
Odpisy aktualizujące środki trwałe i wartości niematerialne	-	0	-	(116)	26	-
Pozostałe odpisy aktualizujące	336	(118)	-	(146)	391	-
Zysk na działalności operacyjnej	24 536	27 705	12,9%	66 699	81 527	22,2%
Koszty finansowe netto	(891)	(2 312)	159,5%	(3 619)	(4 170)	15,2%
Zysk przed opodatkowaniem	23 646	25 393	7,4%	63 080	77 357	22,6%
Podatek dochodowy	(3 921)	(5 079)	29,5%	(8 560)	(11 555)	35,0%
Zysk netto	19 724	20 314	3,0%	54 520	65 802	20,7%
- przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej	19 395	19 923	2,7%	54 137	65 020	20,1%

: Sytuacja majątkowa – aktywa i pasywa

(tys. zł)	31.12.2024	30.09.2025	Zmiana
Rzeczowe aktywa trwałe	15 201	16 699	9,9%
Prawa do korzystania z aktywów	7 368	6 689	-9,2%
Wartości niematerialne i wartość firmy	444 006	410 903	-7,5%
Pożyczki udzielone	41	22	-46,3%
Należności z tytułu udzielonego leasingu	-	518	-
Pozostałe aktywa	111	149	34,2%
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	-	69	-
Aktywa trwałe	466 727	435 049	-6,8%
Należności handlowe	51 221	39 908	-22,1%
Pożyczki udzielone	340	503	47,9%
Należności z tytułu udzielonego leasingu	6	181	2916,7%
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	106 235	72 978	-31,3%
Pozostałe aktywa	1 846	3 999	116,6%
Aktywa obrotowe	159 648	117 569	-26,4%
Aktywa ogółem	626 375	552 618	-11,8%
Kapitał własny	421 678	379 856	-9,9%
Zobowiązania długoterminowe	92 212	79 857	-13,4%
- W tym m.in. zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek	73 059	61 941	-15,2%
Zobowiązania krótkoterminowe	112 485	92 905	-17,4%
- W tym m.in. zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek	14 689	15 101	2,8%
Zobowiązania razem	204 697	172 762	-15,6%
Kapitał własny i zobowiązania razem	626 375	552 618	-11,8%

: Sytuacja pieniężna – rachunek cash flow

(tys. zł)	Q3 2024	Q3 2025	Zmiana	9m 2024	9m 2025	Zmiana
Zysk netto za okres sprawozdawczy	19 724	20 313	3,0%	54 520	65 802	20,7%
Korekty razem	6 387	11 372	78,0%	25 440	18 225	-28,4%
Środki pieniężne wygenerowane na dział. operacyjnej	26 110	31 685	21,4%	79 960	84 027	5,1%
Podatek zapłacony	(1 014)	(2 304)	127,2%	(8 254)	(11 437)	38,6%
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	25 096	29 381	17,1%	71 706	72 590	1,2%
Odsetki otrzymane	376	97	-74,2%	900	556	-38,2%
Pożyczki udzielone	(152)	-	-	(2 150)	(151)	-93,0%
Spłaty udzielonych pożyczek	5 310	9	-99,8%	5 335	28	-99,5%
Wpływy z tytułu sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych	15	5	-66,7%	19	554	2815,8%
Nabycie rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych	(3 064)	(4 205)	37,2%	(8 446)	(12 095)	43,2%
Otrzymane płatności z tytułu leasingu	-	34	-	287	94	-67,2%
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	2 485	(4 060)	-	(4 055)	(11 014)	171,6%

: Sytuacja pieniężna – rachunek cash flow

(tys. zł)	Q3 2024	Q3 2025	Zmiana	9m 2024	9m 2025	Zmiana
Dywidendy	-	-	-	(35 438)	(44 991)	27,0%
Dywidendy wypłacone udziałowcom niekontrolującym	-	-	-	(527)	-	-
Nabycie akcji własnych	-	(29 635)	-	-	(29 635)	-
Wpływy z tytułu zaciągnięcia kredytów i pożyczek	100	-	-	465	-	-
Spłaty kredytów i pożyczek	(4 216)	(3 655)	-13,3%	(12 648)	(10 947)	-13,4%
Odsetki zapłacone	(1 659)	(1 097)	-33,9%	(5 196)	(3 796)	-26,9%
Płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu	(1 103)	(1 150)	4,3%	(3 381)	(3 465)	2,5%
Wpływy z tytułu zaciągnięcia kredytu w rachunku bieżącym	-	(411)	-	-	38	-
Środki pieniężne netto z działalności finansowej	(6 878)	(35 948)	422,7%	(56 725)	(92 796)	63,6%
Przepływy pieniężne netto ogółem	20 703	(10 627)	-	10 926	(31 220)	-
Wpływ zmian z tytułu różnic kursowych dotyczących środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(1 123)	2 348	-	(872)	(2 037)	133,6%
Zwiększenie (zmniejszenie) stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	19 580	(8 279)	-	10 054	(33 257)	-
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na początek okresu	-	-	-	63 261	106 235	67,9%
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na koniec okresu	19 580	(8 279)	-	73 315	72 978	-0,5%

: Zmiany w kapitale własnym



	Kapitał zapasowy, w tym:				Kapitał z tytułu płatności w formie akcji	Kapitał rezerwowy	Akcje własne	Różnice kursowe z przeliczenia jednostek zagranicznych	Zyski zatrzymane	Kapitał własny przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej	Kapitał przypadający na udziały niekontrolujące	Kapitał własny
	Kapitał podstawowy	z nadwyżki ceny emisyjnej nad wartością nominalną	z odpisów z zysku	pozostały								
Stan na dzień 1 stycznia 2025 r.	444	289 162	46 333	3 533	4 004	5 225	(575)	(24 464)	96 230	419 892	1 786	421 678
Zysk netto	-	-	-	-	-	-	-	-	65 020	65 020	782	65 802
Inne całkowite dochody	-	-	-	-	-	-	-	(36 723)	-	(36 723)	-	(36 723)
Całkowite dochody w okresie	-	-	-	-	-	-	-	(36 723)	65 020	28 297	782	29 080
Transakcje z właścicielami ujęte bezpośrednio w kapitale własnym												
Podział zysku	-	-	17 972	-	-	-	-	-	(17 972)	-	-	-
Wypłata dywidendy właścicielom	-	-	-	-	-	-	-	-	(44 991)	(44 991)	-	(44 991)
Utworzenie kapitału rezerwowego	-	-	(29 535)	-	-	29 535	-	-	-	-	-	-
Nabycie akcji własnych	-	(100)	-	-	-	-	(29 535)	-	-	(29 535)	-	(29 535)
Kapitał z wyceny programu motywacyjnego	-	-	-	-	3 727	-	-	-	-	3 727	-	3 727
Sprzedaż akcji własnych	-	-	-	-	-	(109)	109	-	-	-	-	-
Inne	-	-	-	-	-	-	-	-	(3)	(3)	-	(3)
Razem zmiany w kapitale własnym	-	(100)	(11 563)	-	3 727	29 426	(29 426)	(36 723)	2 055	(42 604)	782	(41 822)
Stan na dzień 30 września 2025 r.	444	289 062	34 770	3 533	7 731	34 651	(30 001)	(61 187)	98 285	377 288	2 568	379 856

: Jednostkowy rachunek wyników – wariant kalkulacyjny

(tys. zł)	Q3 2024	Q3 2025	Zmiana	9m 2024	9m 2025	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	93 440	58 773	-37,1%	213 772	176 543	-17,4%
Koszty wytworzenia usług	(69 319)	(29 535)	-57,4%	(145 484)	(91 471)	-37,1%
Zysk brutto na sprzedaży	24 122	29 238	21,2%	68 288	85 072	24,6%
Koszty sprzedaży i marketingu	(1 508)	(2 090)	38,6%	(3 955)	(6 337)	60,2%
Koszty ogólnego zarządu	(8 515)	(10 167)	19,4%	(24 654)	(24 922)	1,1%
Zysk na sprzedaży	14 099	16 981	20,4%	39 679	53 812	35,6%
Pozostałe przychody operacyjne	32	13	-59,4%	53	84	58,5%
Zysk na sprzedaży niefinansowych aktywów trwałych	2	(4)	-	6	(37)	-
Pozostałe koszty operacyjne	(20)	(8)	-65,0%	(26)	(179)	588,5%
Odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych	-	-	-	(68)	-	-
Odpisy z tytułu utraty wartości należności	311	(29)	-	234	594	153,8%
Zysk na działalności operacyjnej	14 424	16 953	17,5%	39 878	54 275	36,1%
Przychody finansowe	686	(383)	-	19 161	17 708	-7,6%
Koszty finansowe	(1 711)	(1 710)	-0,1%	(5 980)	(4 312)	-27,9%
Przychody/(Koszty) finansowe netto	(1 025)	(2 093)	104,2%	13 181	13 396	1,6%
Zysk przed opodatkowaniem	13 399	14 860	10,9%	53 059	67 671	27,5%
Podatek dochodowy	(2 168)	(3 222)	48,6%	(4 588)	(7 143)	55,7%
Zysk netto	11 231	11 638	3,6%	48 471	60 528	24,9%

: Jednostkowy rachunek wyników – wariant porównawczy

(tys. zł)	Q3 2024	Q3 2025	Zmiana	9m 2024	9m 2025	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	93 440	58 773	-37,1%	213 772	176 543	-17,4%
Pozostałe przychody operacyjne	32	13	-59,4%	53	84	58,5%
Amortyzacja	(1 894)	(2 003)	5,7%	(5 432)	(5 972)	9,9%
Usługi obce	(75 190)	(34 497)	-54,1%	(161 088)	(106 324)	-34,0%
Koszty świadczeń pracowniczych	(2 132)	(5 155)	141,8%	(7 249)	(9 893)	36,5%
Zużycie materiałów i energii	(90)	(115)	26,7%	(235)	(469)	99,6%
Podatki i opłaty	(36)	(22)	-38,9%	(91)	(72)	-20,9%
Pozostałe koszty operacyjne	(20)	(8)	-60,0%	(26)	(179)	588,5%
Zysk na sprzedaży niefinansowych aktywów trwałych	2	(4)	-	6	(37)	-
Odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych	-	-	-	(68)	-	-
Odpisy z tytułu utraty wartości należności	311	(29)	-	234	594	153,8%
Zysk na działalności operacyjnej	14 424	16 953	17,5%	39 878	54 275	36,1%
Przychody finansowe netto	(1 025)	(2 093)	104,2%	13 181	13 396	1,6%
Zysk przed opodatkowaniem	13 399	14 860	10,9%	53 059	67 671	27,5%
Podatek dochodowy	(2 168)	(3 222)	48,6%	(4 588)	(7 143)	55,7%
Zysk netto	11 231	11 638	3,6%	48 471	60 528	24,9%

: Jednostkowy bilans – aktywa i pasywa

(tys. zł)	31.12.2024	30.09.2025	Zmiana
Rzeczowe aktywa trwałe	833	1 317	58,1%
Prawa do korzystania z aktywów	5 356	4 049	-24,4%
Wartości niematerialne	41 587	46 224	11,2%
Inwestycje w jednostki zależne	438 612	409 226	-6,7%
Pożyczki udzielone	6 143	5 804	-5,5%
Pozostałe aktywa	23	22	-4,3%
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	0	64	-
Aktywa trwałe	492 554	467 389	-5,1%
Należności handlowe	39 830	29 927	-24,9%
Pożyczki udzielone	836	606	-27,5%
Należności z tytułu udzielonego leasingu	8	239	2 887,5%
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	31 092	25 816	-17,0%
Pozostałe aktywa	1 713	957	-44,1%
Aktywa obrotowe	73 479	57 545	-21,7%
Aktywa ogółem	566 034	524 934	-7,3%
Kapitał własny	416 326	405 951	-2,5%
Zobowiązania długoterminowe	84 958	74 059	-12,8%
- W tym m.in. zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek	76 813	66 347	-13,6%
Zobowiązania krótkoterminowe	64 752	44 924	-30,6%
- W tym m.in. zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek	14 041	14 357	2,3%
Zobowiązania razem	149 709	118 983	-20,5%
Kapitał własny i zobowiązania razem	566 034	524 934	-7,3%

: Władze Spółki





Krzysztof Szyszka

CEO, Founder



Adam Lewkowicz

CTO, Founder



Tomasz Pakulski

Członek zarządu



Indre Sizovaite⁽²⁾

Członek zarządu

Lata w branży

>25

>25

>17

>11

Lata w Vercom

>20

>20

>17

>8⁽³⁾

Udział w kapitale
zakładowym⁽¹⁾

4,5%

6,3%

0,4%

0,1%

1) Na dzień 30.09.2025, (2) Powołana do zarządu w dniu 09/04/25, (3) Lata w MailerLite

Jakub Dwernicki – Przewodniczący Rady Nadzorczej

Założyciel i główna osoba zarządzająca Grupą cyber_Folks S.A. Grupa świadczy kompleksowe usługi dla przedsiębiorstw w zakresie obecności w Internecie, automatyzacji i cyfryzacji procesów biznesowych, w szczególności komunikacji, marketingu oraz sprzedaży. Jakub Dwernicki jest głównym autorem strategii akwizycji biznesów hostingowych. W ciągu ostatnich 5 lat Grupa zrealizowała ich około dwudziestu, zarówno w Polsce, jak i w krajach Europy Środkowo-Wschodniej. Doświadczenie zawodowe zdobywał zasiadając w organach i będąc założycielem spółek łączonych ze spółkami należącymi obecnie do Grupy cyber_Folks S.A.

Franciszek Szyszka – Członek Rady Nadzorczej

Absolwent Politechniki Warszawskiej na kierunku Mechanika na Wydziale Mechaniki, Energetyki i Lotnictwa. W 2006 r. zdał egzamin na członków organów nadzorczych, a od 2009 r. posiada uprawnienia do sporządzania świadectw charakterystyki energetycznej. Doświadczenie zawodowe zdobywał w PPU Allmet, jako Dyrektor ds. technicznych, Urzędzie Miasta w Elblągu jako Naczelnik Wydziału Inwestycji, Zarządzie Budynków Komunalnych z siedzibą w Elblągu jako Dyrektor Zarządu, Zarządzie Komunikacji Miejskiej z siedzibą w Elblągu jako członek rady nadzorczej oraz w Elbląskim Przedsiębiorstwie Wodociągów i Kanalizacji jako członek rady nadzorczej.

Aleksander Duch – Członek Rady Nadzorczej

Absolwent Uniwersytetu Warszawskiego na wydziale Prawa i Administracji. Otrzymał certyfikat PMP z Project Management Institute. przez 7 lat pracował w IBM Polska zarządzając projektami oraz rozwojem biznesu. Od 2007 związany z grupą Asseco, gdzie początkowo kierował pionem sprzedaży, a w kolejnych latach odpowiadał za rozwój grupy poza Polską uczestnicząc w procesach akwizycyjnych i późniejszym nadzorze przejmowanych spółek. Obecnie zasiada w zarządach Asseco Western Europe SA, Bioalter Sp. z o.o., Allter Power Sp. z o.o., Polskiego Stowarzyszenia Producentów Biogazu Rolniczego (PSPBR) oraz Polskiego Stowarzyszenia Inwestorów Fintech (SPIF). Aleksander Duch spełnia kryteria niezależności określone przez ustawę o biegłych rewidentach, firmach audytorskich oraz nadzorze publicznym z dnia 11 maja 2017 roku oraz wymogi wskazane w Dobrych Praktykach Spółek Notowanych na GPW.

Jakub Juskowiak – Członek Rady Nadzorczej

Absolwent University of North Carolina na kierunku Business Administration oraz studiów podyplomowych na Akademii Ekonomicznej w Poznaniu w zakresie rachunkowości. Od 2011 r. posiada uprawnienia biegłego rewidenta. Doświadczenie zawodowe zdobywał jako Asystent Biegłego Rewidenta w BDO sp. z o.o., Asystent Biegłego Rewidenta i Menadżer Audytu w PKF Consult z o.o. sp.k. oraz jako Dyrektor Finansowy w Ebrex Polska sp. z o.o. Jakub Juskowiak spełnia kryteria niezależności określone w Dobrych Praktykach GPW.

Joanna Drabent – Członek Rady Nadzorczej

Doświadczenie w branży PR – od pracy w agencji do prowadzenia własnej obsługującej klientów z branży nowych technologii. Współzałożycielka i CEO Prowly.com, które oferuje narzędzie wspierające działania PR dla biznesu. Od 2019 spółka Prowly.com sp. z o.o. dołączyła do portfela międzynarodowego holdingu Semrush Inc, oferującego pełen wachlarz narzędzi online do marketingu. W 2018 roku została wyróżniona przez zagraniczne wydanie magazynu Forbes jako jedna z TOP100 założycielek startupów w Europie. Uczestniczka programu EY Entrepreneurial Winning Women 2018.

: Informacje
dodatkowe



: Profil działalności Grupy Vercom

Profil działalności

Vercom tworzy globalne usługi komunikacji w modelu SaaS, które umożliwiają klientom budowanie trwałych relacji z odbiorcami za pośrednictwem wielu kanałów komunikacji.

Rozwiązania Spółki od 20 lat pomagają klientom automatyzować oraz skalować procesy komunikacji, zachowując przy tym wysoką dostarczalność i efektywność.

Grupa Vercom oferuje możliwość przesyłania wiadomości i komunikatów w oparciu o wszystkie powszechnie stosowane kanały komunikacji elektronicznej, w tym w szczególności sms, email, push, komunikatory OTT, voice oraz RCS. Narzędzia oferowane przez Vercom są stosowane zarówno do automatyzacji komunikacji transakcyjnej, obejmującej np. potwierdzenia zamówień, autentykację płatności, powiadomienia o statusie dostawy, jak również do obsługi komunikacji marketingowej

Obecnie z usług Vercom korzysta ponad 111 000 firm oraz prywatnych przedsiębiorców na 180 rynkach, w tym takie podmioty jak IKEA, Rossman, American Express, DHL, Coca-Cola oraz BNP Paribas.

Zespół Vercom obejmuje 400 osób skupionych w 30 lokalizacjach na całym świecie, m.in. w San Francisco, Nowym Jorku, Berlinie, Pradze, Poznaniu oraz Warszawie.

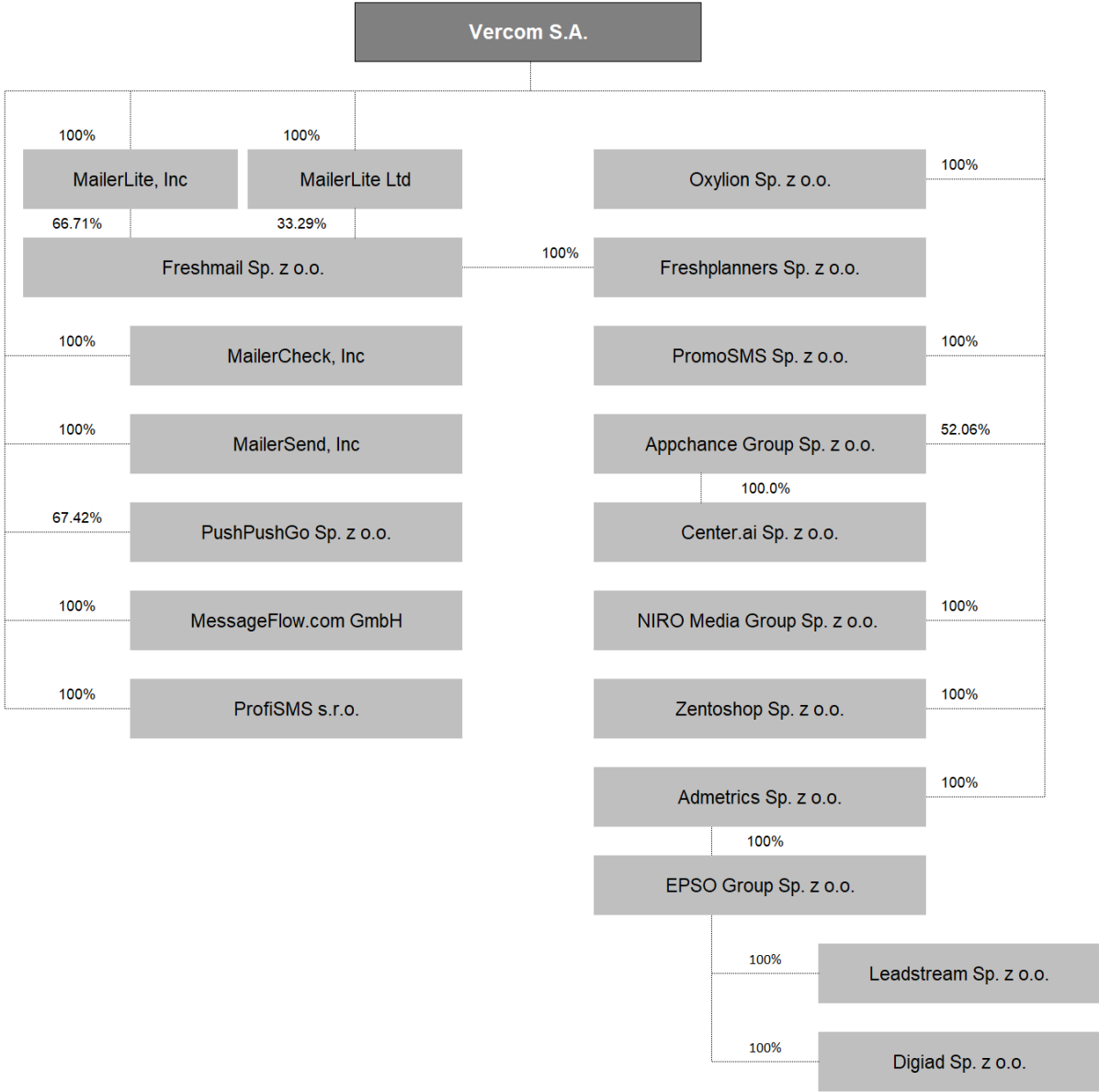


Czynniki istotne dla rozwoju Grupy oraz potencjalne ryzyka

Wśród najważniejszych czynników mogących mieć wpływ na sytuację finansową Grupy w perspektywie co najmniej jednego kwartału oraz potencjalnych ryzyk związanych z dalszym rozwojem można wyróżnić:

- Sytuacja na rynkach, na których prowadzą działalność klienci Grupy Vercom, w szczególności w branży e-commerce, w sektorze usług kurierskich oraz w innych sektorach, w których komunikacja elektroniczna jest wykorzystywana na szeroką skalę
- Ryzyko wzrostu kosztów zakupu wiadomości sms, dostępu do systemów poczty elektronicznej i możliwości wysyłki wiadomości push
- Ryzyko wprowadzenia ograniczeń w wysyłce wiadomości email oraz push
- Szanse i ryzyka związane z szybkim rozwojem sztucznej inteligencji (AI)
- Ryzyko ataków hakerskich na infrastrukturę własną i klientów Grupy
- Uzależnienie od dostawców, w szczególności operatorów sieci komórkowych, dostawców usług poczty elektronicznej oraz dostawców rozwiązań typu cloud
- Ryzyko związane z ograniczeniem współpracy lub pogorszeniem warunków współpracy z istotnymi klientami
- Ryzyko związane z przejęciami realizowanymi przez Grupę
- Ryzyko popełnienia błędów lub wystąpienia nieoczekiwanych trudności związanych z szybkim rozwojem Grupy i realizacją strategii
- Ryzyko zachowania konkurencyjności oferty usług
- Ryzyka związane z zespołem ludzkim
- Ryzyko związane z awarią urządzeń i systemów informatycznych
- Ryzyko związane z przetwarzaniem na znaczną skalę danych osobowych przez Grupę i zgodność z przepisami RODO
- Ryzyko związane z prawami autorskimi do oprogramowania wykorzystywanego przez Grupę
- Ryzyko podatkowe dot. ulgi IP Box
- Ryzyko odpowiedzialności za zobowiązania kredytowe spółek z grupy Vercom

: Struktura Grupy Vercom



Akcjonariusze posiadający co najmniej 5% liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu⁽¹⁾

Na dzień niniejszego raportu Kapitał zakładowy Spółki wynosi 444 476 zł i dzieli się na 22 223 785 akcji o wartości nominalnej 0,02 zł każda.

Akcjonariusz	30 września 2025		4 listopada 2025	
	Liczba akcji / głosów na WZ	Udział w kapitale zakładowym	Liczba akcji / głosów na WZ	Udział w kapitale zakładowym
cyber_Folks S.A.	11 008 469	49,53%	11 008 469	49,53%
PTE Allianz Polska S.A.	1 516 888	6,83%	1 516 888	6,83%
Fundusze zarządzane przez Nationale-Nederlanden PTE S.A.	1 460 736	6,57%	1 460 736	6,57%
Adam Lewkowicz ⁽²⁾	1 395 325	6,28%	1 395 325	6,28%
Vercom S.A. (akcje własne)	257 807	1,16%	257 807	1,16%
Pozostali	6 584 560	29,63%	6 584 560	29,63%
SUMA	22 223 785	100,00%	22 223 785	100,00%

Liczba akcji w posiadaniu Zarządu i Rady Nadzorczej

Akcjonariusz	Stanowisko	30 września 2025	4 listopada 2025
Krzysztof Szyszka	Prezes Zarządu	1 010 384	1 010 384
Adam Lewkowicz ⁽²⁾	Wiceprezes Zarządu	1 395 325	1 395 325
Tomasz Pakulski	Członek Zarządu	87 956	87 956
Indre Sizovaite	Członek Zarządu	20 000	20 000
Aleksander Duch	Członek RN	15 129	15 129

⁽¹⁾ Akcjonariusze posiadający co najmniej 5% liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień 30 września 2025 r. oraz na dzień zatwierdzenia niniejszego raportu (według informacji przekazanych Spółce w zawiadomieniach o zmianie stanu posiadania lub w trybie art. 19 MAR) ⁽²⁾ z podmiotami zależnymi

: Vercom na GPW

Notowania

Akcje Vercom notowane są na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie od 6 maja 2021 r. Od marca 2025 r. akcje Vercom wchodzi w skład prestiżowego indeksu mWIG40, który skupia 40 średnich spółek notowanych na warszawskiej giełdzie.

Polityka dywidendowa

6 marca 2023 r. Vercom Zarząd Vercom poinformował, że w związku z zakończeniem cyklu przejęć zapowiadanych w ramach IPO, w Spółce została ustanowiona polityka dywidendy. Zakłada ona wypłatę dywidendy dla akcjonariuszy w wysokości nie niższej niż 50% skonsolidowanego zysku netto za rok 2022 i kolejne.

7 maja 2025 r. Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy podjęło uchwałę w sprawie podziału zysku za 2024 r. i wypłaty dywidendy w wysokości 2,03 zł na akcję (łącznie 44,99 mln zł). Decyzja ZWZA była zgodna z rekomendacją Zarządu. Dywidenda została wypłacona w dniu 21 maja 2025 r.

Dzień uchwały	Wartość dywidendy
26.04.2019	8 mln zł
12.05.2020	10,3 mln zł
08.04.2021	15,1 mln zł
23.06.2023	25,0 mln zł
16.05.2024	35,4 mln zł
07.05.2025	45,0 mln zł



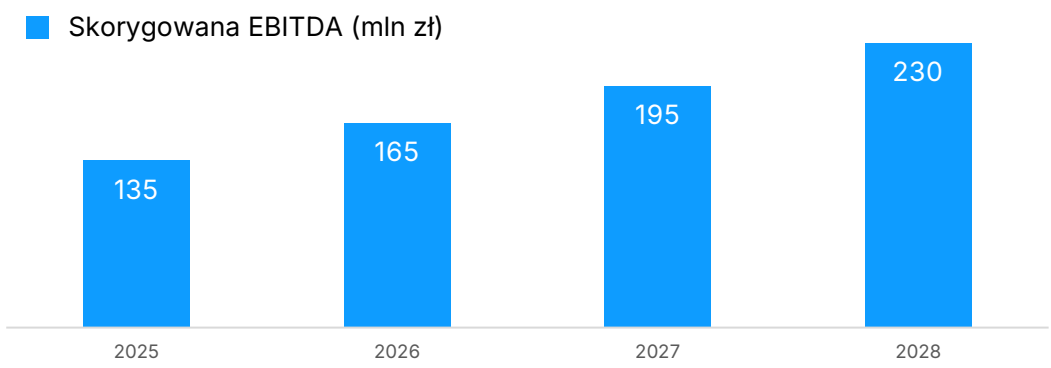
: Program motywacyjny oraz skup akcji własnych

Kluczowe założenia programu motywacyjnego (ESOP)

W dniu 7 maja 2025 Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki dominującej podjęło uchwałę w sprawie wprowadzenia nowego programu motywacyjnego:

- Okres realizacji programu: lata obrotowe 2025-2028
- Osoby uprawnione: pracownicy pozostający w stosunku zatrudnienia z Vercom S.A. lub innymi spółkami z grupy Vercom (maksymalnie 149 osób)
- Liczba uprawnień: maksymalnie 211 900, z czego pula podstawowa obejmuje 184 900 uprawnień a pula dodatkowa 27 000 uprawnień
- Cena nabycia akcji: wartość nominalna (1 uprawnienie = 1 akcja)
- Warunki realizacji:
 - Osiągnięcie celu wynikowego (EBITDA Znormalizowana)
 - Osiągnięcie celów indywidualnych
 - Spełnienie kryterium lojalnościowego (co najmniej 12 miesięcy zatrudnienia)

Cele programu motywacyjnego



Skup akcji

W dniu 7 maja 2025 Zwyczajne Walne Zgromadzenie Spółki dominującej podjęło uchwałę w sprawie utworzenia kapitału rezerwowego na sfinansowanie nabywania akcji własnych:

- Wysokość kapitału rezerwowego (Budżet Skupu): 29 535 000 zł pochodzące z kapitału zapasowego utworzonego z zysków z lat poprzednich oraz z zysku osiągniętego w 2024 roku
- Okres skupu: od dnia uchwały do 30 września 2025 r.
- Liczba nabywanych akcji: 196 900
- Nominalna maksymalna wartość nabywanych akcji: 3 938 zł (196 900 * 0,02zł)
- Cena nabycia jednej akcji: 150 zł
- Dopuszczalne przeznaczenie akcji własnych: utworzenie programu motywacyjnego, umorzenie, odsprzedaż, finansowanie przejęć

Koszt programu motywacyjnego

2025	2026	2027	2028
7 454 tys. zł	5 208 tys. zł	2 542 tys. zł	1 023 tys. zł

- Koszt programu motywacyjnego jest stały w poszczególnych kwartałach w trakcie ich obowiązywania, przy czym w pierwszych latach trwania programu w mocy pozostają ustalenia powiązane zarówno z celami w tych latach, jak też celami przypisanymi do lat kolejnych. Tym samym suma kosztów pul przypisanych do początkowych lat trwania programu, jest wyższa niż ich suma w latach kolejnych.
- W przypadku, w którym założenia przyjęte na potrzeby szacunku ulegną zmianie, rzeczywisty koszt programu motywacyjnego może być inny od przedstawionego.

Zasady zarządzania Spółką i Grupą

W okresie sprawozdawczym nie nastąpiły inne istotne zmiany w podstawowych zasadach zarządzania Spółki i jej Grupy Kapitałowej.

Opis istotnych postępowań toczących się przed sądem

W dniu 25 marca 2025 r. Sąd Okręgowy w Warszawie zatwierdził ugodę między Spółką a Polkomtel sp. z o.o. oraz umorzył postępowanie sądowe. Tym samym zakończył się spór trwający od lutego 2021 r., w którym Spółka domagała się zapłaty kary umownej w wysokości 4,8 mln zł za niewykonywanie przez Polkomtel zobowiązań związanych z obsługą wiadomości SMS/MMS. Spółka i Polkomtel ustaliły, że w ramach ugody, strony zobowiążą się do zawarcia aneksu do umowy o współpracy obowiązującego przez okres 24 miesięcy, na mocy którego część kwoty roszczenia objętego ww. postępowaniem sądowym, tj. kwota 4.080.000 zł, zostanie rozliczona przez strony poprzez realizację przez Polkomtel na rzecz Spółki usług podobnych do tych świadczonych na podstawie umowy, z której wyniknęło roszczenie Spółki.

Grupa Vercom posiada nierozliczone zaliczki wypłacone spółce SOPOL Solewodzińscy sp. j. w kwocie 517 tys. zł z tytułu umowy o świadczenie usług. Grupa Vercom zgodnie z umową o świadczenie usług zawartą z SOPOL Solewodzińscy sp. j. naliczyła SOPOL Solewodzińscy karę umowną w wysokości 1 100 000 zł z tytułu niezapewnienia przez SOPOL Solewodzińscy sp. j. minimalnej dziennej przepustowości wysyłek wiadomości SMS zgodnie z postanowieniami umowy. Postępowanie o wydaniu nakazu zapłaty zostało wszczęte 2 lipca 2018 r. Kara umowna nie została rozpoznana jako przychód do czasu uprawdopodobnienia możliwości jej odzyskania. Tytułem pokrycia roszczeń z tytułu powyżej kary umownej Komornik Sądowy przy Sądzie Rejonowym w Mikołowie wszczął postępowanie egzekucyjne z nieruchomości będących własnością współników SOPOL Solewodzińscy sp. j. Ponadto Grupa Vercom posiada wpisaną hipotekę przymusową w kwocie 1 396 208 04 zł na nieruchomości będącej własnością SOPOL Sowoledzińscy sp. j. tytułem zabezpieczenia roszczeń z tytułu powyższej kary umownej.

Zatrudnienie

W okresie sprawozdawczym zakończonym 30 września 2025 r. w Grupie Vercom zatrudnionych było średnio 178 pracowników.

Poręczenia i gwarancje

Poręczenia i gwarancje zostały opisane w skonsolidowanym sprawozdaniu finansowym.

Istotne transakcje z podmiotami powiązanymi

Transakcje z podmiotami powiązanymi były zawierane na warunkach rynkowych. Transakcje zostały przedstawione w Skonsolidowanym Sprawozdaniu Finansowym (nota nr 24).

Prognoza finansowa

Zarząd Spółki nie opublikował prognoz finansowych.

Istotne umowy

W III kwartale 2025 r. Vercom nie zawarł nowych istotnych umów.

Możliwość realizacji zamierzeń inwestycyjnych

Grupa posiada zdolność do realizacji zamierzeń inwestycyjnych, w tym inwestycji kapitałowych, zarówno ze środków własnych, jak i pochodzących z finansowania dłużnego.

ul. Wierzbiewice 1B
61-569 Poznań

Sprawozdanie Zarządu z Działalności Vercom S.A. oraz
Grupy Kapitałowej zostało zatwierdzone 4 listopada 2025 r.

Krzysztof Szyszka
Prezes Zarządu

Adam Lewkowicz
Wiceprezes Zarządu

Tomasz Pakulski
Członek Zarządu

Indre Sizovaite
Członek Zarządu

VERCOM

: Scale beyond

