VERCOM

Raport kwartalny Grupy Kapitałowej Vercom za Q3 2026

16 listopada 2026



03 List Prezesa Zarządu do Akcjonariuszy

04 Podsumowanie

10 Profil działalności

36 Wyniki finansowe

50 Strategia

61 Dane finansowe

71 Władze Spółki

74 Informacje dodatkowe



: List Prezesa Zarządu do Akcjonariuszy

Szanowni Państwo,

Z przyjemnością przedstawiam Państwu raport Grupy Vercom za III kwartał 2026 roku. Minione miesiące przyniosły wyraźne przyspieszenie wzrostu dzięki naszej pracy nad rozwojem produktów i pozyskiwaniem klientów. Szczególnie cieszy mnie to, że nasze inicjatywy rozwojowe w coraz większym stopniu przekładają się na realne wyniki. W MailerLite widzimy pierwsze rezultaty zmian cenowych i szybszego przechodzenia użytkowników na płatne plany. W MessageFlow rośnie wykorzystanie nowych kanałów komunikacji, co dobrze rokuje na ostatni kwartał, czyli szczyt sezonu sprzedażowego.

W trzecim kwartale zysk brutto na sprzedaży wzrósł o 24% rok do roku, do ponad 79 mln zł, a skorygowana EBITDA o 25%, do blisko 44 mln zł. Oznacza to przyspieszenie dynamiki zysku brutto na sprzedaży o kolejne 6 punktów procentowych względem poprzedniego kwartału. Na koniec września baza płacących klientów osiągnęła 154,6 tys., po rekordowym kwartalnym przyroście netto o 14,2 tys. To kapitał, na którym możemy budować latami, rozwijając relacje z klientami i dzieląc się wspólnymi sukcesami.

W MailerLite konsekwentnie realizujemy podejście, w którym rozwój wartości usługi poprzedza jej monetyzację. Ograniczenie darmowego planu przyspieszyło przechodzenie użytkowników na płatne pakiety, a nowy cennik zaczął wspierać przychody. Odsetek klientów rezygnujących z usługi utrzymał się na poziomie średniej z ostatnich dwunastu miesięcy, a konwersja na płatne plany osiągnęła najwyższy poziom, odkąd mierzymy ten wskaźnik. Pełny efekt będzie rozłożony w czasie, ponieważ klienci z planami rocznymi przechodzą na nowy cennik stopniowo, do sierpnia 2027 roku.

Równolegle intensywnie wdrażamy naszą strategię AI. Rozwijamy usługi w takim kierunku, aby klienci mogli samodzielnie wykorzystywać coraz bardziej zaawansowane funkcjonalności i osiągać jeszcze lepsze rezultaty. Nowe narzędzia AI w MailerLite, udostępnione w wersji beta, pomagają zarówno optymalizować działania marketingowe, jak i je wdrożyć. Cieszą nas pozytywne wskaźniki oraz opinie klientów, którzy podkreślają, że łatwiej im osiągać cele i wykorzystywać zaawansowane funkcje. Właśnie tak postrzegamy rolę AI w budowaniu nowoczesnych usług.

W segmencie Enterprise RCS i Viber stają się stałym elementem komunikacji klientów MessageFlow. Bogatsze wiadomości pozwalają prowadzić bardziej interaktywne kampanie, a dostęp do różnych kanałów w jednej integracji ułatwia wybór odpowiedniego rozwiązania. Dla nas oznacza to rozwój współpracy i korzystniejszy miks usług, który wspiera marżę, jednocześnie generując oszczędności dla klientów. To nasz ulubiony scenariusz win-win, na którym od lat budujemy wzrost udziału rynkowego w segmencie Enterprise.

Postępują również prace nad OWNROOT, naszą nową usługą w obszarze cyberbezpieczeństwa. W czwartym kwartale prezentujemy produkt pierwszym firmom i wkrótce zaczynamy pilotaże z przedstawicielami kilku branż. Testy komercyjne i pierwsze przychody planujemy na pierwszą połowę 2027 roku, a szersze wejście na rynek na drugą połowę. Dotychczasowe zainteresowanie pozwala nam oceniać, że w perspektywie kilku lat może to być istotne źródło dodatkowej marży.

Wzrost wyników przekłada się na gotówkę. W ciągu dwunastu miesięcy zakończonych we wrześniu wypracowaliśmy blisko 130 mln zł wolnych przepływów pieniężnych, o około 37% więcej niż rok wcześniej. W ostatnim kwartale gotówka netto wzrosła z 13 do 53 mln zł, co pozwoliło odbudować znaczną część pozycji gotówkowej po rekordowej dywidendzie. Chcemy nadal łączyć finansowanie rozwoju z dzieleniem się jego efektami z akcjonariuszami, z uwzględnieniem potrzeb inwestycyjnych, polityki dywidendowej i decyzji Walnego Zgromadzenia.

Osiągnięte wyniki przybliżają nas do celu 165 mln zł skorygowanej EBITDA w 2026 roku i dają mocny punkt wyjścia do realizacji ambitnych celów na kolejny rok. Dziękuję zespołowi, partnerom i Państwu, naszym akcjonariuszom, za zaufanie i wsparcie.

Z poważaniem,

Krzysztof Szyszka

Prezes Zarządu Vercom



VERCOM

: Podsumowanie



: Nowi klienci
napędzają wyniki finansowe Q3 2026



: Wyniki finansowe Q3 2026

Zysk brutto na sprzedaży

79 mln zł

Wzrost r/r

+24%

Skorygowana EBITDA(1)

44 mln zł

+25%

Skorygowany zysk netto(2)

33 mln zł

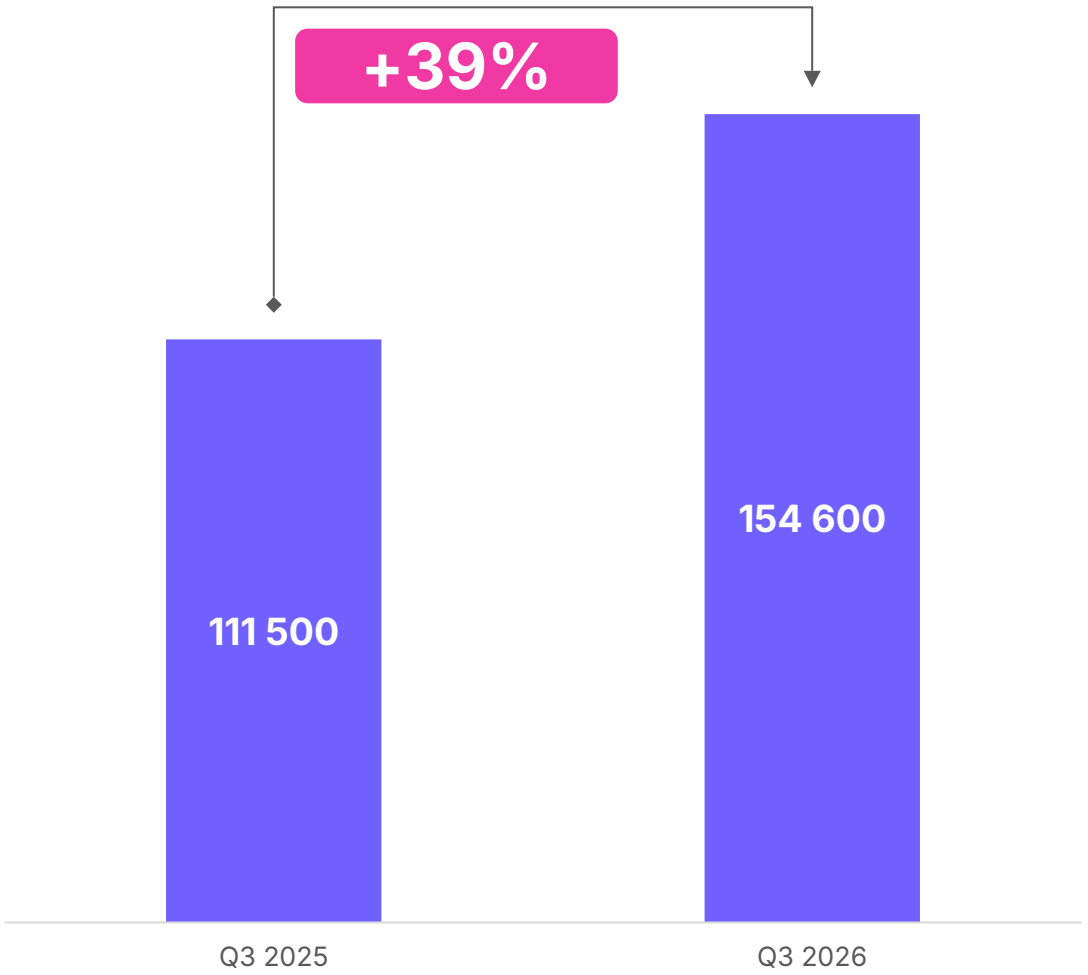
+33%

(1) EBITDA skorygowana o niegotówkowe koszty ESOP: 3,7 mln zł w Q3 2025 i 1,3 mln zł w Q3 2026
(2) Skorygowany o niegotówkowe koszty ESOP (3,7 i 1,3 mln zł) i różnice kursowe (-0,8 i -0,5 mln zł) w Q3 2025 i Q3 2026



: O 43 100 więcej płacących klientów r/r

Liczba płacących klientów





: Najważniejsze wydarzenia Q3 2026

Dalsze przyspieszenie dynamiki wzrostu w Q3 2026

- Zysk brutto na sprzedaży wzrósł o 24% r/r do 79 mln zł, wobec wzrostu o 18% r/r w II kw. 2026
- Wzrost skorygowanej EBITDA(1) o 25% r/r do 44 mln zł
- Wzrost skorygowanego zysku netto(2) o 33% r/r do 33 mln zł

Rekordowy przyrost bazy klientów

- Łączna liczba płacących klientów wzrosła do 154,6 tys. (+39% r/r)
- W ostatnich 12 miesiącach baza Grupy powiększyła się o 43,1 tys. klientów, w tym o rekordowe 14,2 tys. w samym III kw. 2026

Pierwsze efekty nowej strategii cenowej MailerLite

- Po obniżeniu limitu planu darmowego z 500 do 250 subskrybentów konwersja na płatne plany wzrosła o blisko 4 p.p. r/r, do najwyższego poziomu w historii pomiaru
- Odpływ klientów w III kw. 2026 utrzymał się na poziomie średniej z ostatnich 12 miesięcy, mimo aktualizacji cennika
- Szacowany wzrost przychodów z aktualizacji cennika w 2027 roku to ponad 20 mln zł



(1) EBITDA skorygowana o niegotówkowe koszty ESOP: 3,7 mln zł w Q3 2025 i 1,3 mln zł w Q3 2026
(2) Szczegóły korekt zysku netto na slajdzie 45

: Najważniejsze wydarzenia Q3 2026

Nowe funkcje AI w MailerLite

- Udostępnienie w wersji beta sugestii kontekstowych HeyLite, które wspierają klientów w planowaniu działań marketingowych
- Udostępnienie w wersji beta asystenta kodowania AI, który pozwala tworzyć zaawansowane wizualizacje bez znajomości programowania
- Klienci coraz częściej korzystają z funkcji AI i doceniają ich wartość

RCS i Viber na stałe w komunikacji klientów

- Wolumeny wiadomości wzrosły około czterokrotnie między I a III kw. 2026: Viber z 1,0 do 4,2 mln, RCS z 1,3 do 5,0 mln
- Pozyskanie znanych marek, m.in. Douglas, IQOS i Nationale-Nederlanden, oraz wejście z RCS na kilka nowych rynków razem z obecnymi klientami
- Uruchomienie Flow Studio, zaawansowanego silnika do budowania kampanii konwersacyjnych; pierwsza kampania przygotowana w nim dla Militaria.pl

Pilotaże nowych usług: WhatsApp i OWNROOT

- Integracja techniczna WhatsApp z MessageFlow jest w większości zakończona, a testy komercyjne planowane są na I połowę 2027 roku
- Firmy z 5 branż umówiły się na testy platformy OWNROOT: wczesny dostęp w IV kw. 2026, testy komercyjne w I połowie 2027 roku, pełna wersja produktu w II połowie 2027 roku



VERCOM

: Profil działalności



: Pomagamy klientom
przezwyciężyć
złożoność komunikacji



: Model napędzający zaangażowanie klientów Vercom

VERCOM

Projektowanie i szablony

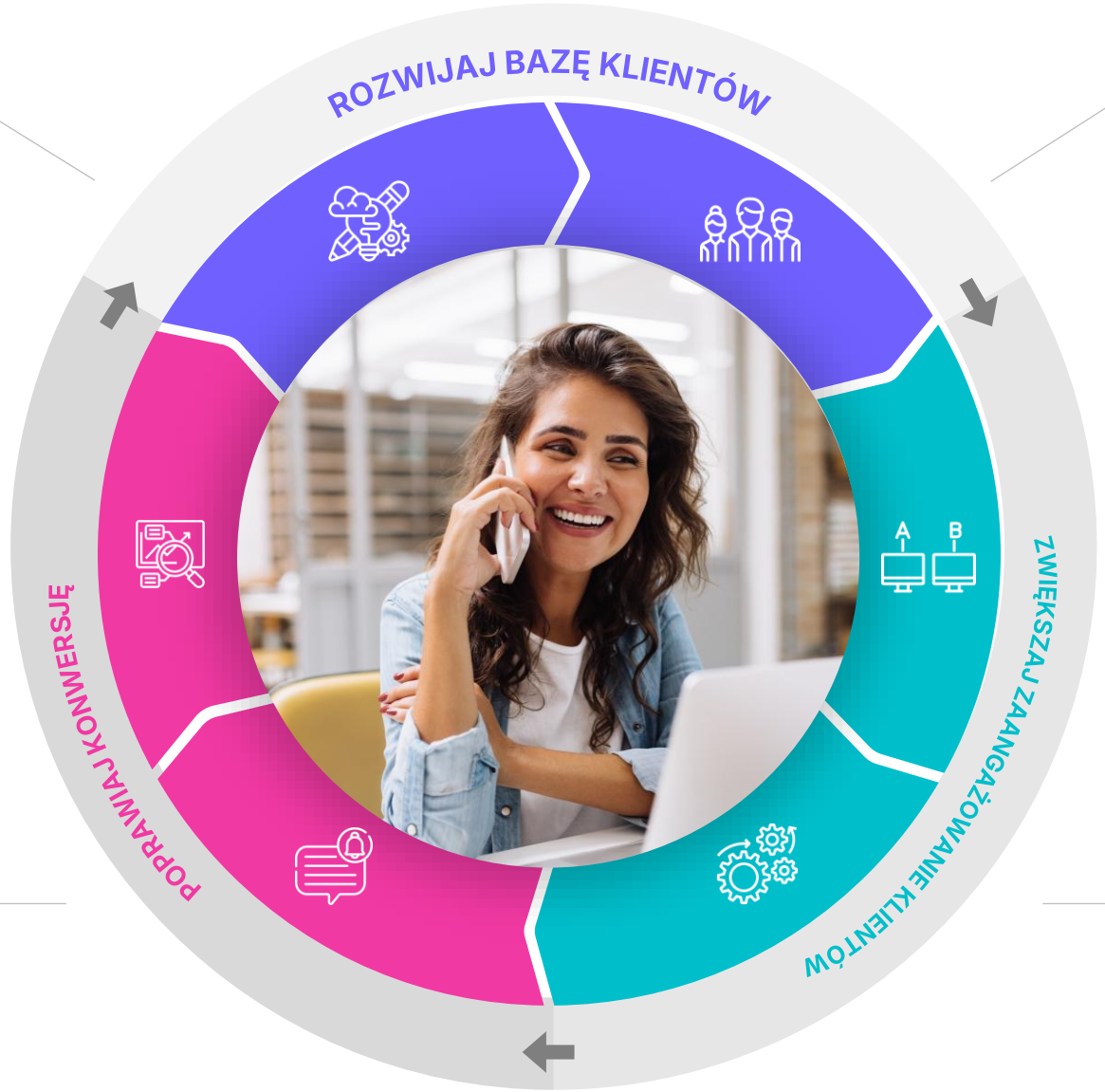
Oszczędność czasu korzystając z naszych narzędzi do tworzenia treści i szablonów.

Inteligentna analityka

Zamiana liczb w działania dzięki zaawansowanym narzędziom analitycznym.

Omnichannel

Różne kanały: (SMS, e-mail, push, OTT), odpowiednie dla danych klientów



Segmentacja

Zwiększenie zaangażowania i lojalności klientów poprzez koncentrowanie się na właściwych odbiorcach.

Testy A/B

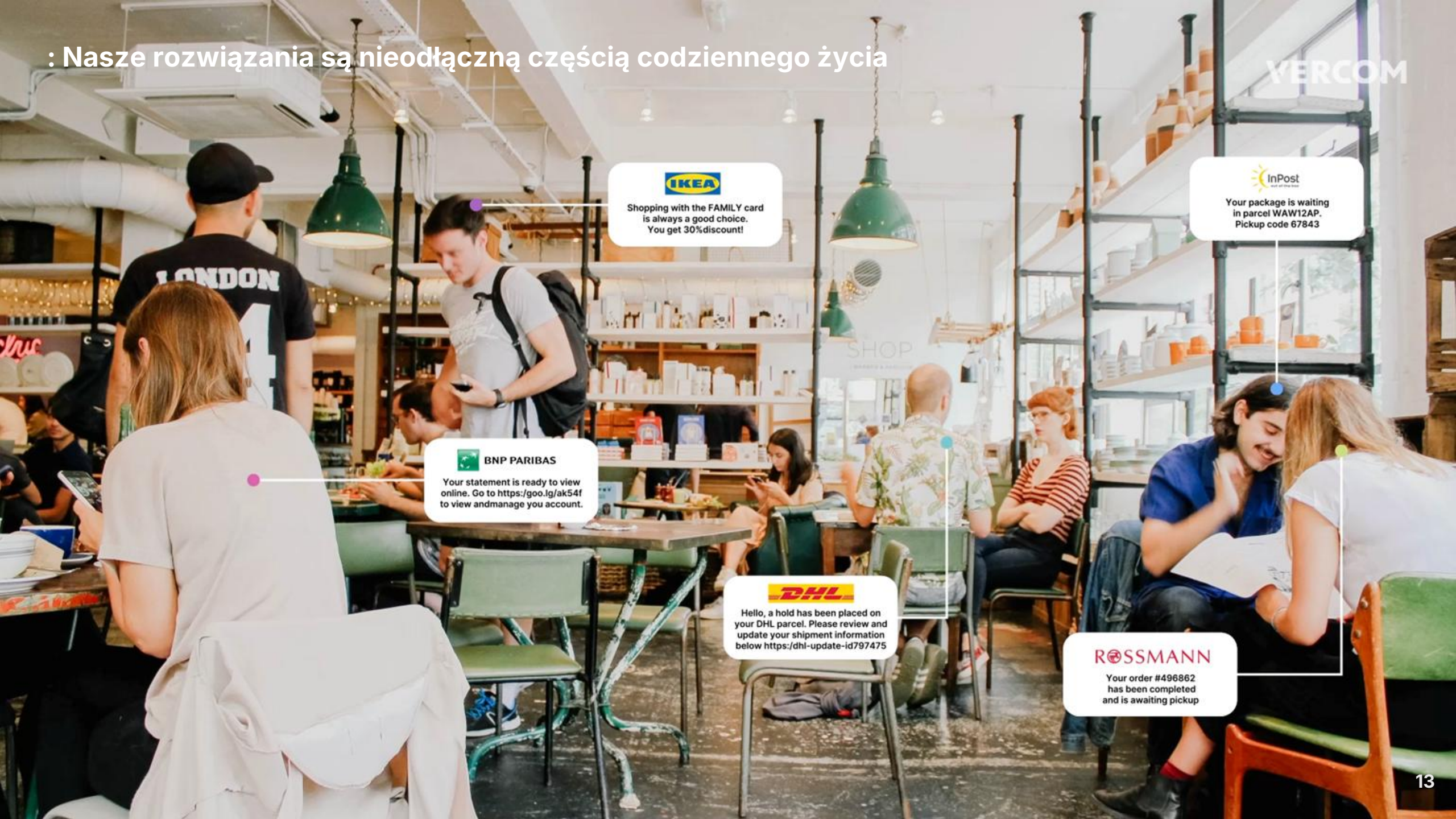
Użycie testów A/B i analityki, celem tworzenia wysoce skutecznych kampanii marketingowych.

Automatyzacja

Zwiększenie zwrotu z inwestycji (ROI), tworząc automatyzacje oparte na zachowaniu klientów.

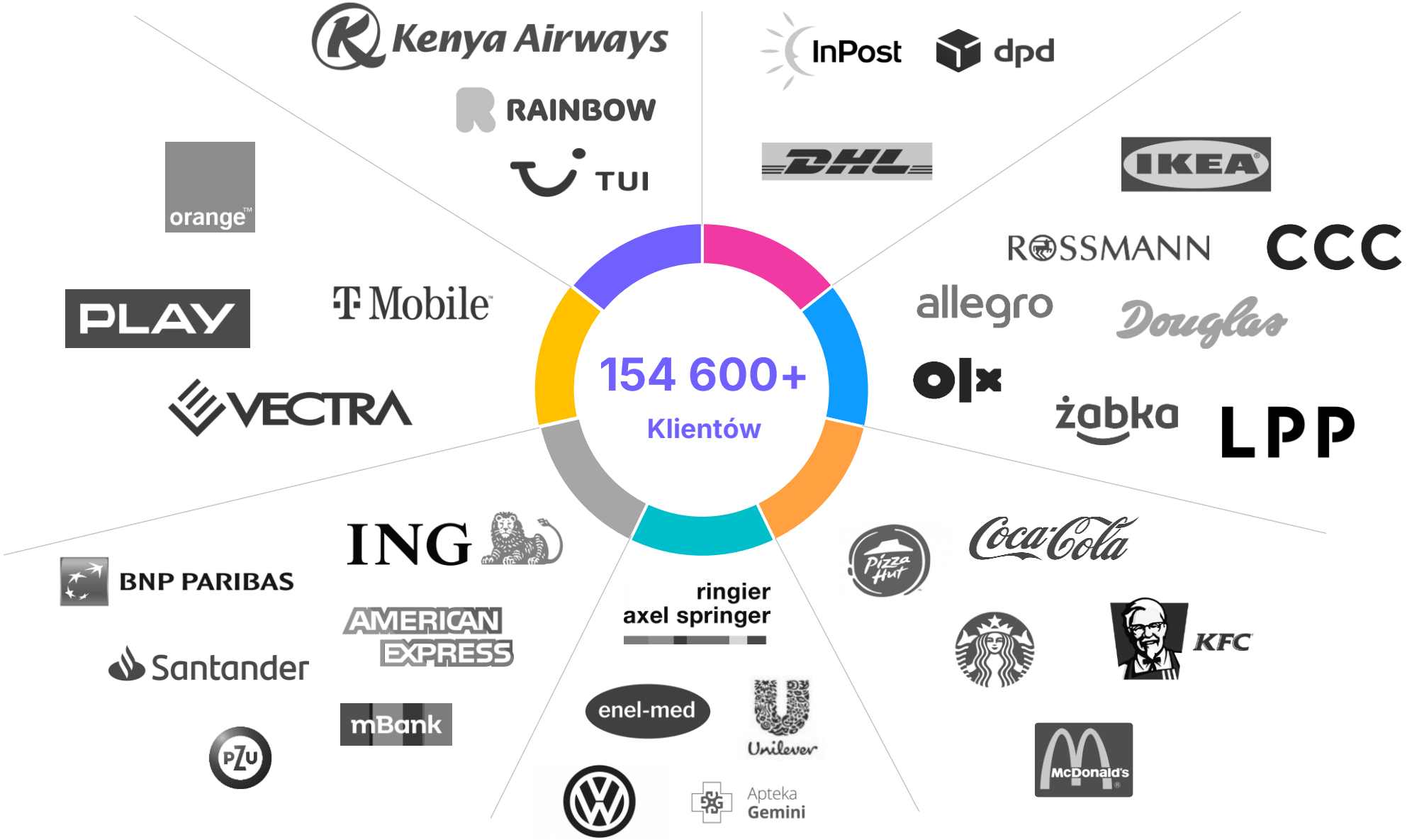
Większa adopcja funkcji AI

: Nasze rozwiązania są nieodłączną częścią codziennego życia



: 20 lat doświadczenia nagrodzone zaufaniem kluczowych partnerów

VERCOM

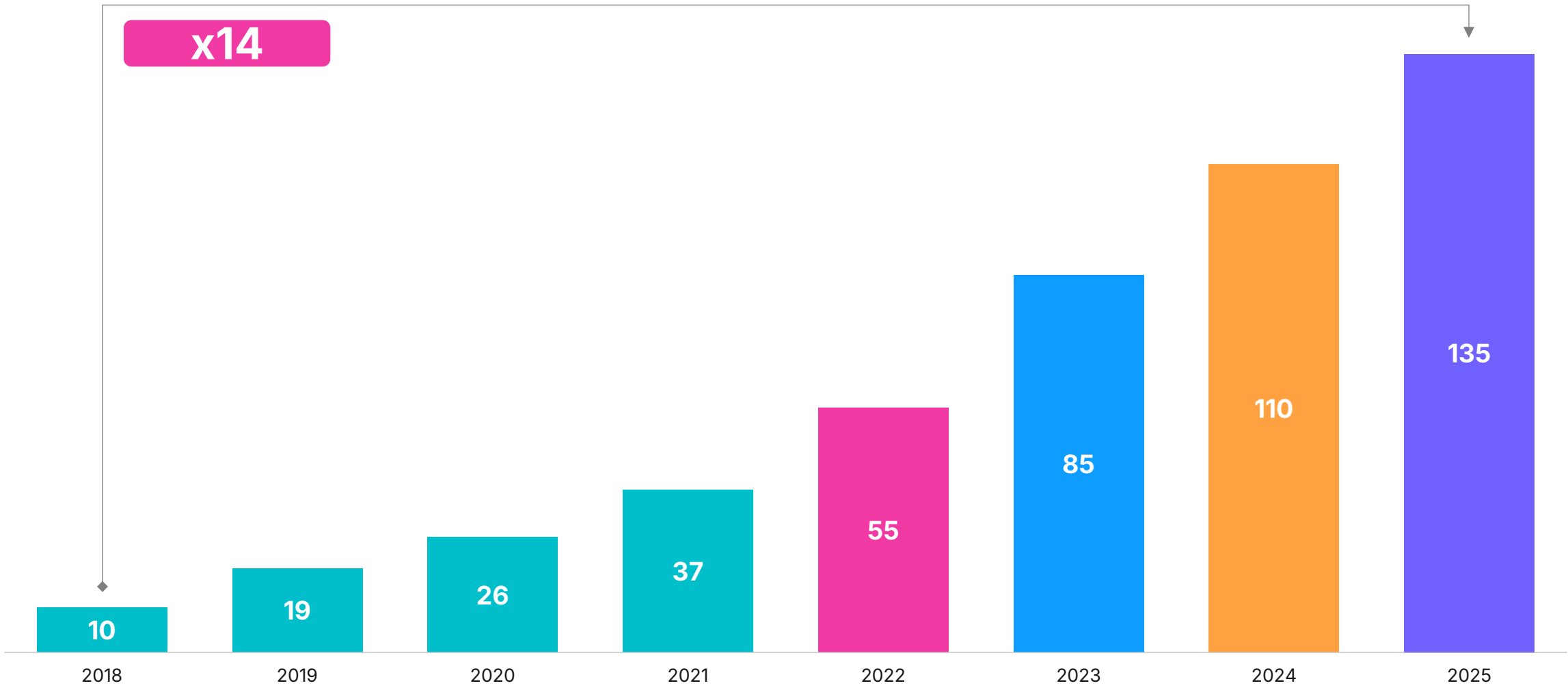


: Dynamiczny wzrost
na **globalnym rynku**



: Dynamiczny wzrost wyników napędzany rozwojem organicznym oraz przejęciami

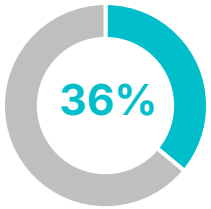
Skorygowana EBITDA (mln zł)



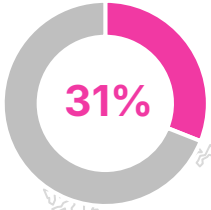
: Sprzedaż usług do ponad 154 600 klientów na 180 rynkach globalnie

VERCOM

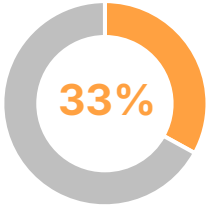
Ameryka Północna



Europa



Reszta świata



Kluczowe rynki

Pozostałe rynki

% Udział w strukturze zysku brutto na sprzedaży

~2/3

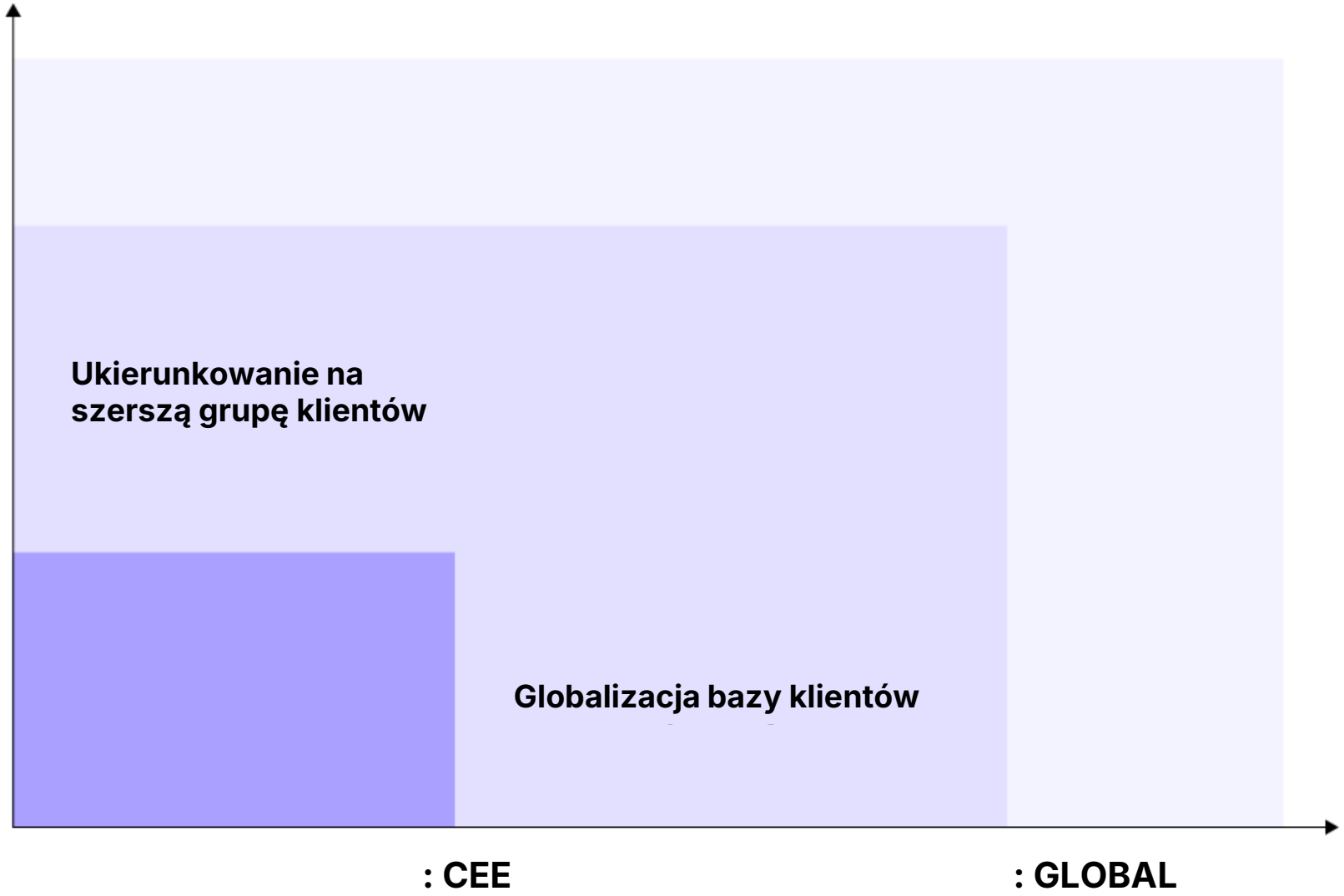
Zysku brutto na sprzedaży generowane na międzynarodowym rynku

: Skalowalność jako fundament globalnego rozwoju

VERCOM

mailer lite

messageflow™



+1 mln

Długoterminowy cel:
Płacących klientów

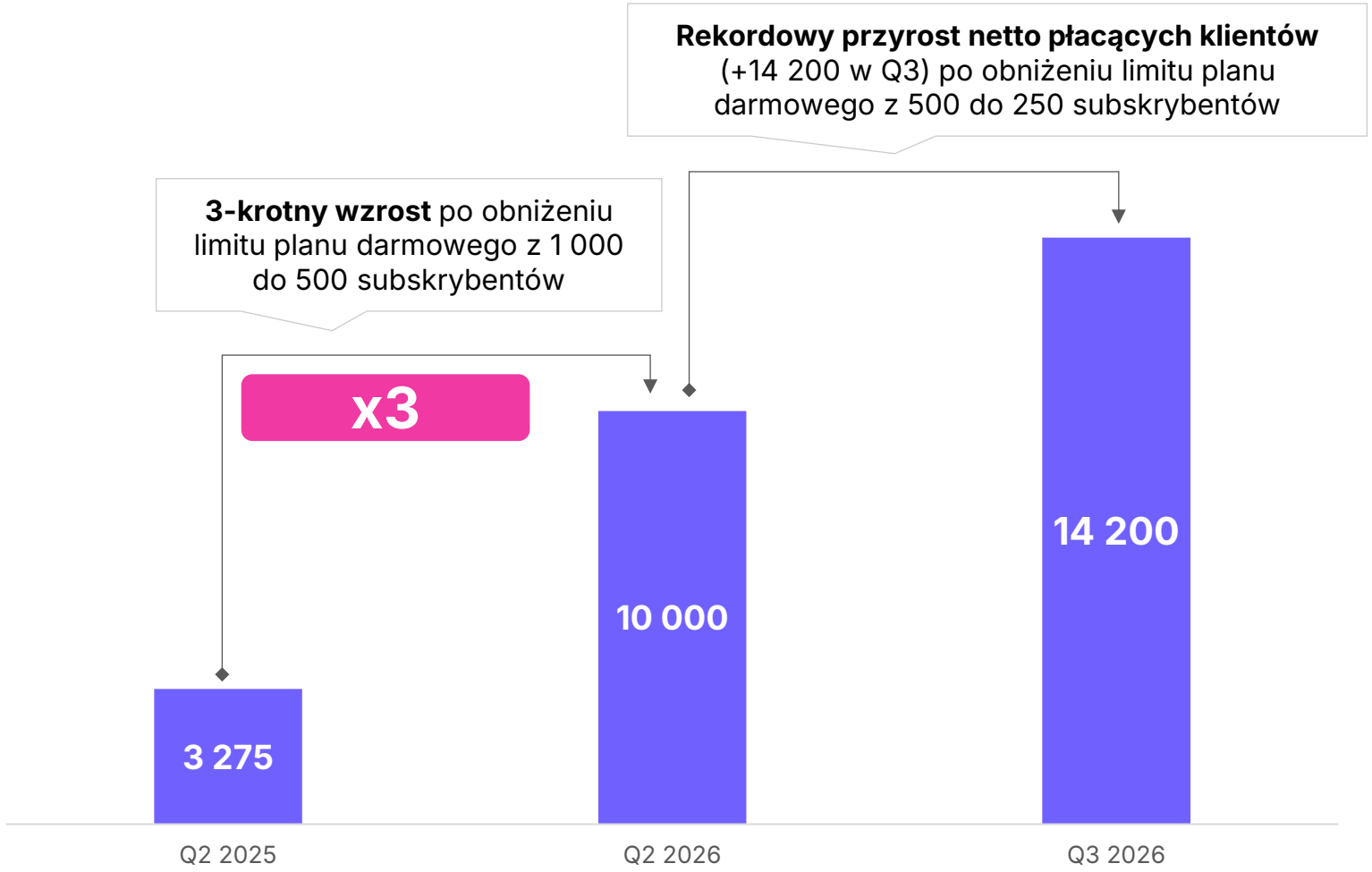
: Nowa strategia cenowa **napędza wzrost MailerLite**



: Rekordowy przyrost netto płacących klientów w Q3

VERCOM

Kwartalny przyrost netto płacących klientów



Komentarz

- Przyrost netto płacących klientów w Q3 osiągnął rekordowe 14 200
- Kluczowe wskaźniki efektywności pozostają na wysokim poziomie: w Q3 konwersja na płatne plany wzrosła o blisko 4 p.p. r/r i jest najwyższa w historii pomiaru, a odpływ klientów utrzymał się na poziomie średniej z ostatnich 12 miesięcy
- Rośnie udział rejestracji w MailerLite dzięki rekomendacjom AI; wspieramy go wyższym budżetem na partnerstwa i programy afiliacyjne

: Oczekiwany wzrost przychodów o 20+ mln zł

Oczekiwany przyrost przychodów w 2027 roku

Po przejściu wszystkich klientów na nowy cennik **łączny wzrost przychodów w 2027 roku może przekroczyć 20 mln zł**

20+ mln zł

Oczekiwany wzrost przychodów dzięki nowemu cennikowi



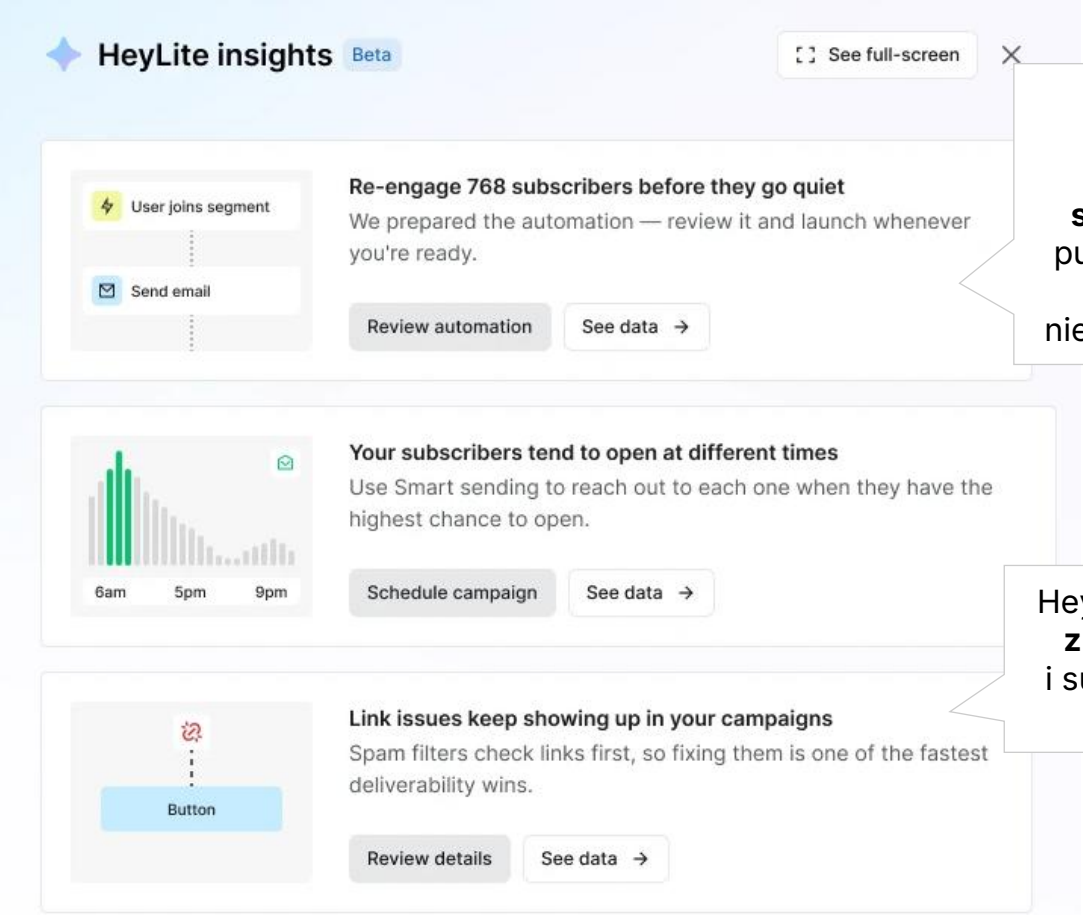
: Nowe funkcje AI w HeyLite **zwiększają produktywność** klientów



: HeyLite podsuwa sugestie wtedy, gdy są potrzebne

VERCOM

Sugestie kontekstowe (Beta)



HeyLite **analizuje wskaźnik otwarć i zachowania subskrybentów**, a na pulpicie konta sugeruje, jak reaktywować nieaktywnych odbiorców

HeyLite **analizuje trendy z ostatnich kampanii** i sugeruje, jak poprawić dostarczalność

Zestaw narzędzi AI HeyLite

Sugestie kontekstowe (Beta)

Otrzymuj pomocne sugestie dokładnie wtedy, gdy są Ci najbardziej potrzebne. Reaktywuj listę lub optymalizuj czas wysyłki. Więcej funkcji już wkrótce!

Asystent kodowania AI (Beta)

Serwer MCP

Narzędzia do pisania AI

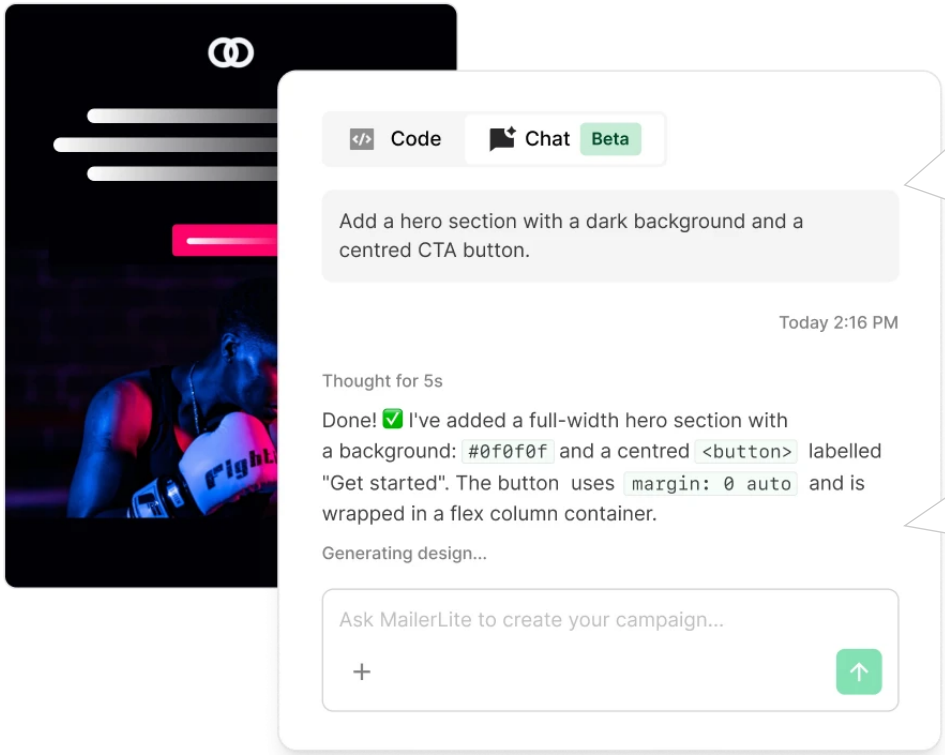
Generator landing page'y

Inteligentna wysyłka

: Asystent kodowania AI pomaga wykorzystać MailerLite

VERCOM

Asystent kodowania AI (Beta)



HeyLite **pisze kod HTML na podstawie opisu w prostych słowach**, więc autorską kampanię można zbudować bez programowania

HeyLite **poprawia i sprawdza kod** w edytorze, wychwytując błędy przed wysyłką

Zestaw narzędzi AI HeyLite

- **Sugestie kontekstowe (Beta)**
- **Asystent kodowania AI (Beta)**
  Nasz edytor HTML ma teraz wbudowanego asystenta kodowania AI. Generuj bloki kodu i naprawiaj błędy bezpośrednio w edytorze.
- **Serwer MCP**
- **Narzędzia do pisania AI**
- **Generator landing page'y**
- **Inteligentna wysyłka**

: Klienci doceniają funkcje AI i obsługę wspieraną przez AI

VERCOM

"

Moje wrażenia są znakomite. Jakość wsparcia, zarówno ze strony AI, jak i zespołu, przerosła oczekiwania.

[...] **Pierwszy raz udało mi się samodzielnie stworzyć landing page, stronę internetową i automatyzację.**

★★★★★

Bruno M. · Capterra · 10 czerwca 2026

★★★★☆ G2

Bardzo podoba mi się serwer MCP MailerLite, bo mogę korzystać z niego z agentem AI naszego zespołu. Dzięki temu **tworzę kampanie i od razu wysyłam je przez agenta AI**, i właśnie dlatego tak cenię ich serwer MCP.

Manish C., Co-Founder · 30 kwietnia 2026

★★★★★ Capterra

Znam kilka narzędzi do masowej wysyłki e-maili i moim zdaniem MailerLite jest z nich najlepszy. [...] **Podoba mi się kreator e-maili w HTML i asystent AI.** Jest bardzo łatwy w obsłudze. Ich obsługa klienta to chyba jedna z najlepszych. [...]

Isuru J. · 9 czerwca 2026

★★★★★ Trustpilot

Nie najlepiej radzę sobie z konfigurowaniem takich rzeczy. Ale **ich czat AI bardzo mi pomógł, bez wątpienia najlepszy, jaki znam**, a kiedy przez mój błąd znów pojawił się problem, na ratunek przyszedł człowiek.

Cleaner Cars Ltd · 10 października 2026

★★★★★ Google

Korzystam z MailerLite od niedawna, ale ich możliwości zrobiły na mnie duże wrażenie [...]. **Ich bot AI wyjątkowo dobrze rozumie pytania**, nawet te niezbyt precyzyjne. A ludzie na czacie zapewniają naprawdę znakomitą obsługę. [...]

Kat Allardyce · 12 lipca 2026

Źródło: opinie klientów w serwisach G2, Capterra, Trustpilot i Google, kwiecień–październik 2026. Cytaty w tłumaczeniu na język polski.

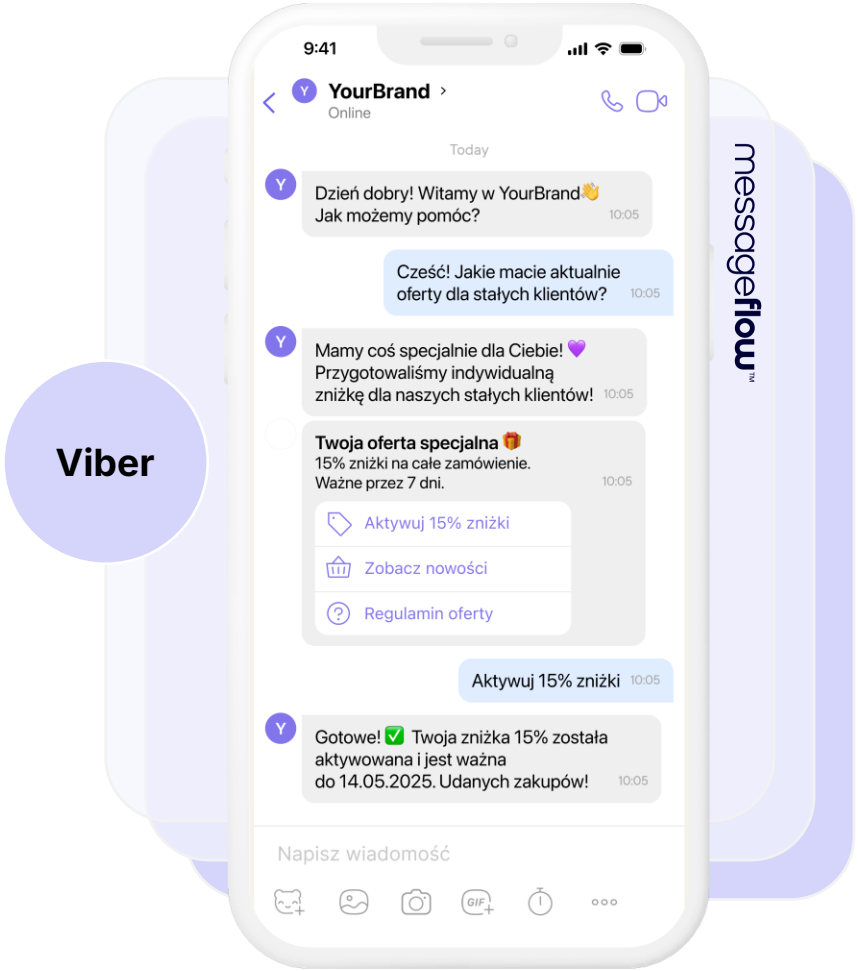
: Kanały konwersacyjne **przeszły z pilotaży do produkcji,** rosną wolumeny wysyłek



: Viber zyskuje na znaczeniu na rynkach Europy Wschodniej

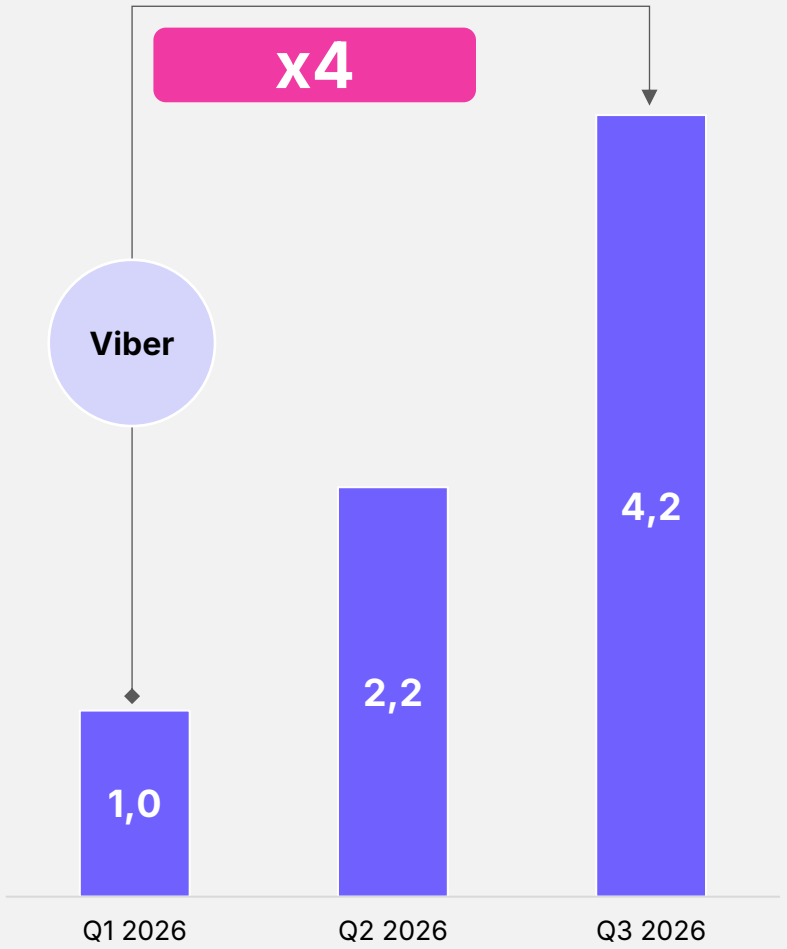
VERCOM

Viber: podsumowanie Q3 i perspektywy



- Viber stał się najskuteczniejszym kanałem dotarcia do odbiorców w Europie Wschodniej
- Sieci handlowe wysyłające wiadomości na te rynki wybierają Viber jako najbardziej opłacalną alternatywę dla SMS
- Coraz więcej klientów wdraża Viber, a wolumen wysyłek w 2026 roku wyraźnie rośnie

Wolumen wiadomości Viber (mln)



: Ruch RCS rośnie mimo niepełnego zasięgu kanału

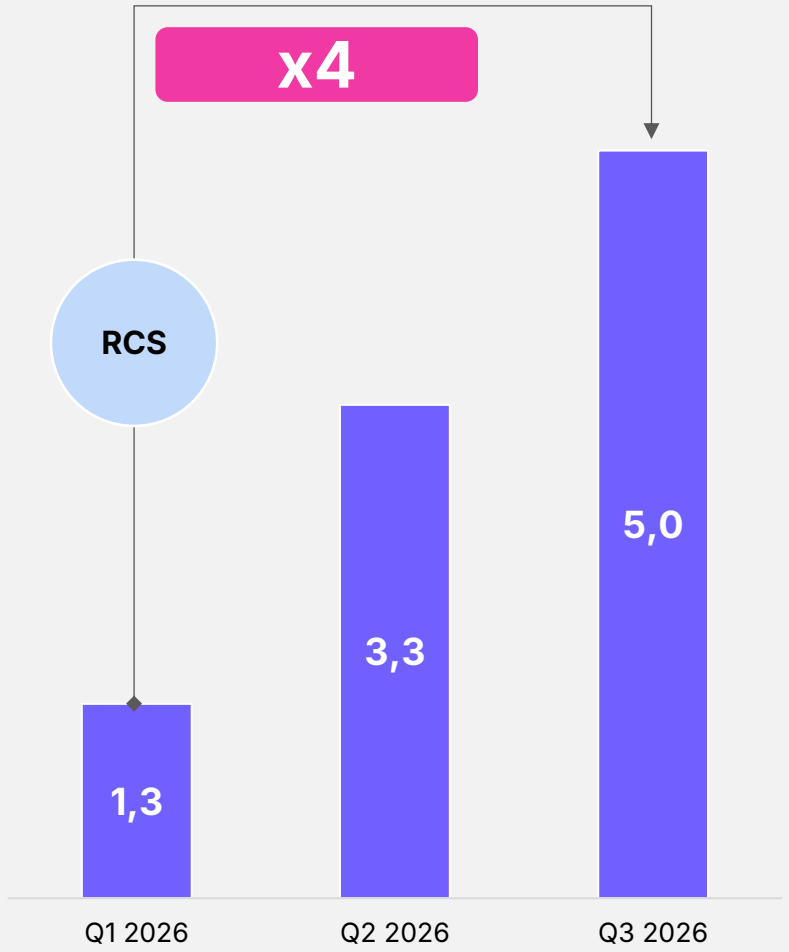
VERCOM

RCS: podsumowanie Q3 i perspektywy



- Wejście na kilka nowych rynków razem z obecnymi klientami, wyraźny wzrost wolumenu w Czechach
- Pozyskaliśmy znane marki, m.in. Douglas, IQOS i Nationale-Nederlanden; aktywny pipeline na 2026-2027
- Coraz więcej ruchu SMS przenosi się na RCS: wolumen wzrósł niemal czterokrotnie między Q1 a Q3 2026

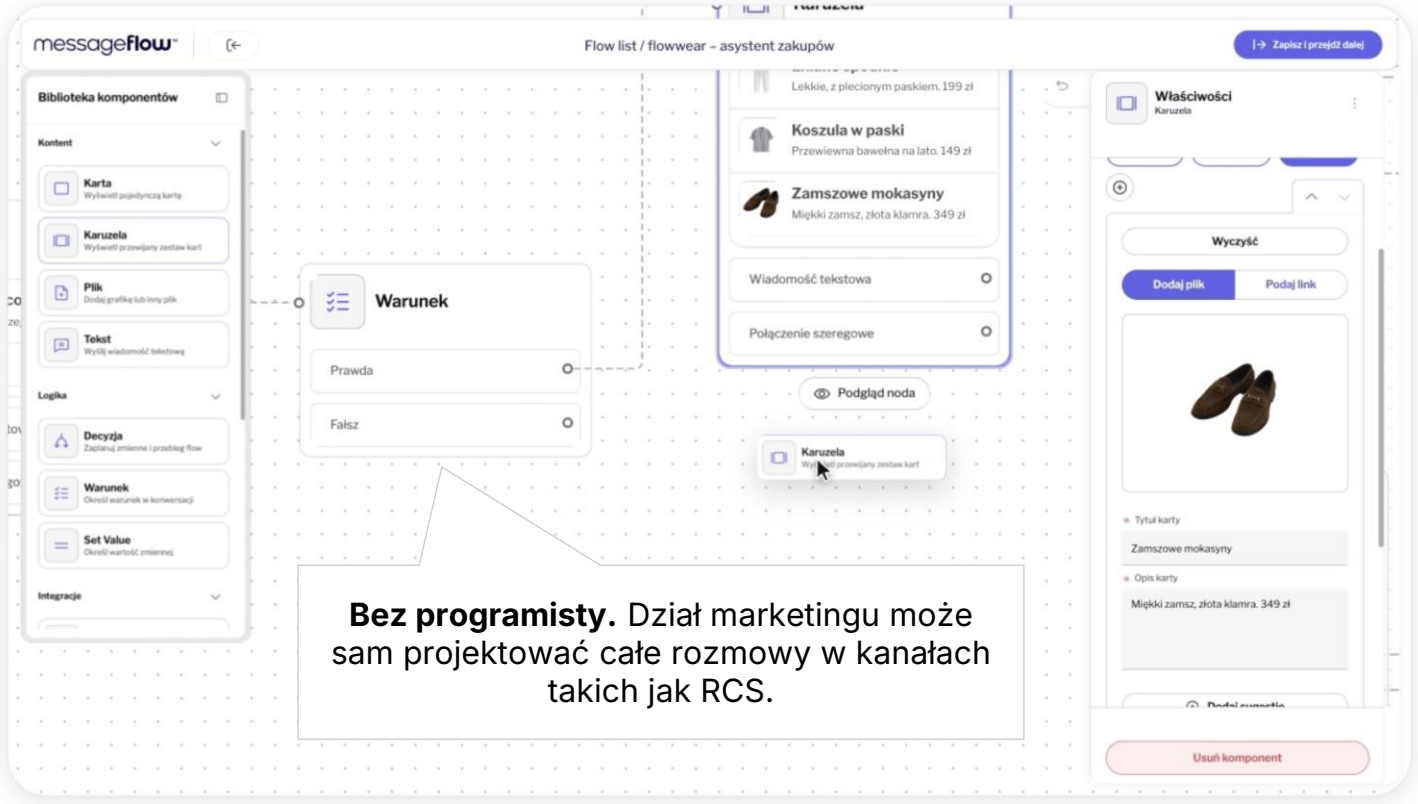
Wolumen wiadomości RCS (mln)



: Uruchomiliśmy Flow Studio, zaawansowany moduł automatyzacji

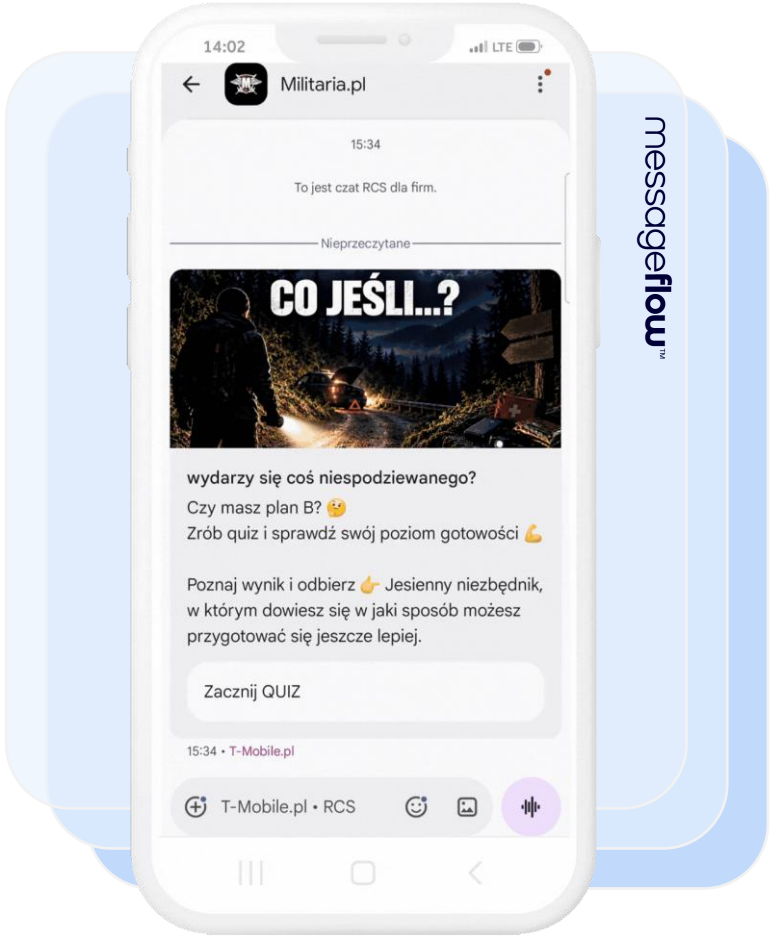
VERCOM

Flow Studio: przykładowy scenariusz rozmowy



Bez programisty. Dział marketingu może sam projektować całe rozmowy w kanałach takich jak RCS.

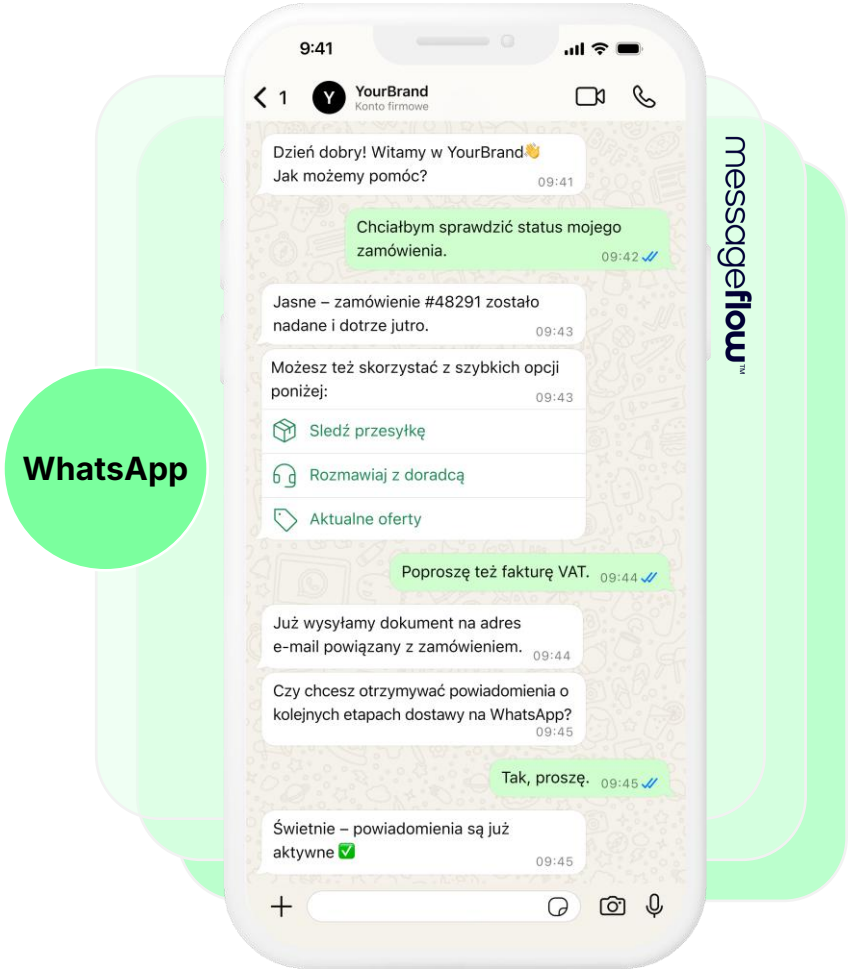
Kampania Militaria.pl (przygotowana w Flow Studio)



: WhatsApp wchodzi do produkcji, wkrótce testy komercyjne

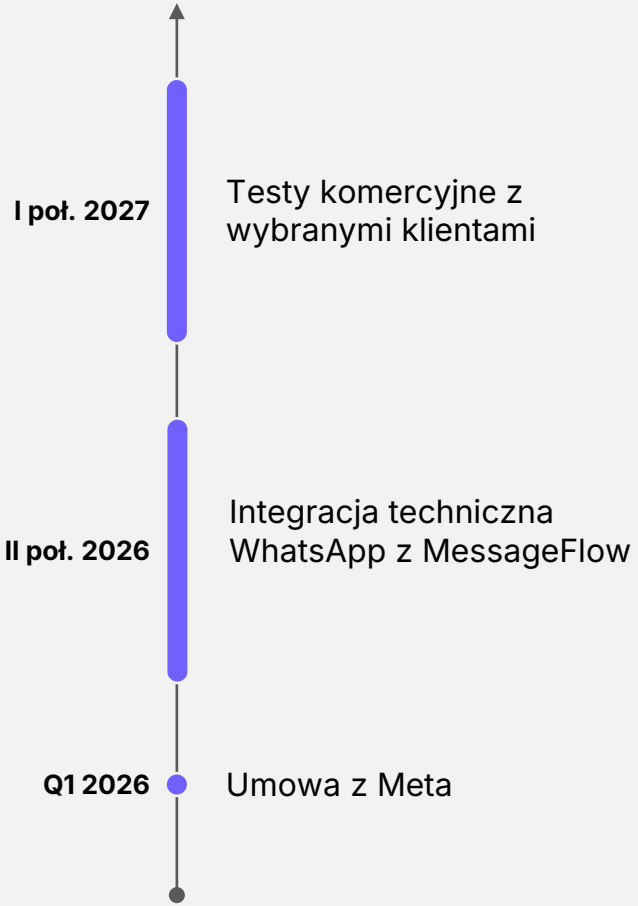
VERCOM

WhatsApp: podsumowanie Q3 i perspektywy



- Umowa z Meta podpisana w Q1 2026
- Integracja techniczna z MessageFlow jest już w większości zakończona
- Trwają rozmowy z wybranymi klientami na temat pilotażowych wdrożeń, testy komercyjne oczekiwane w I poł. 2027 r.

Harmonogram prac nad WhatsApp



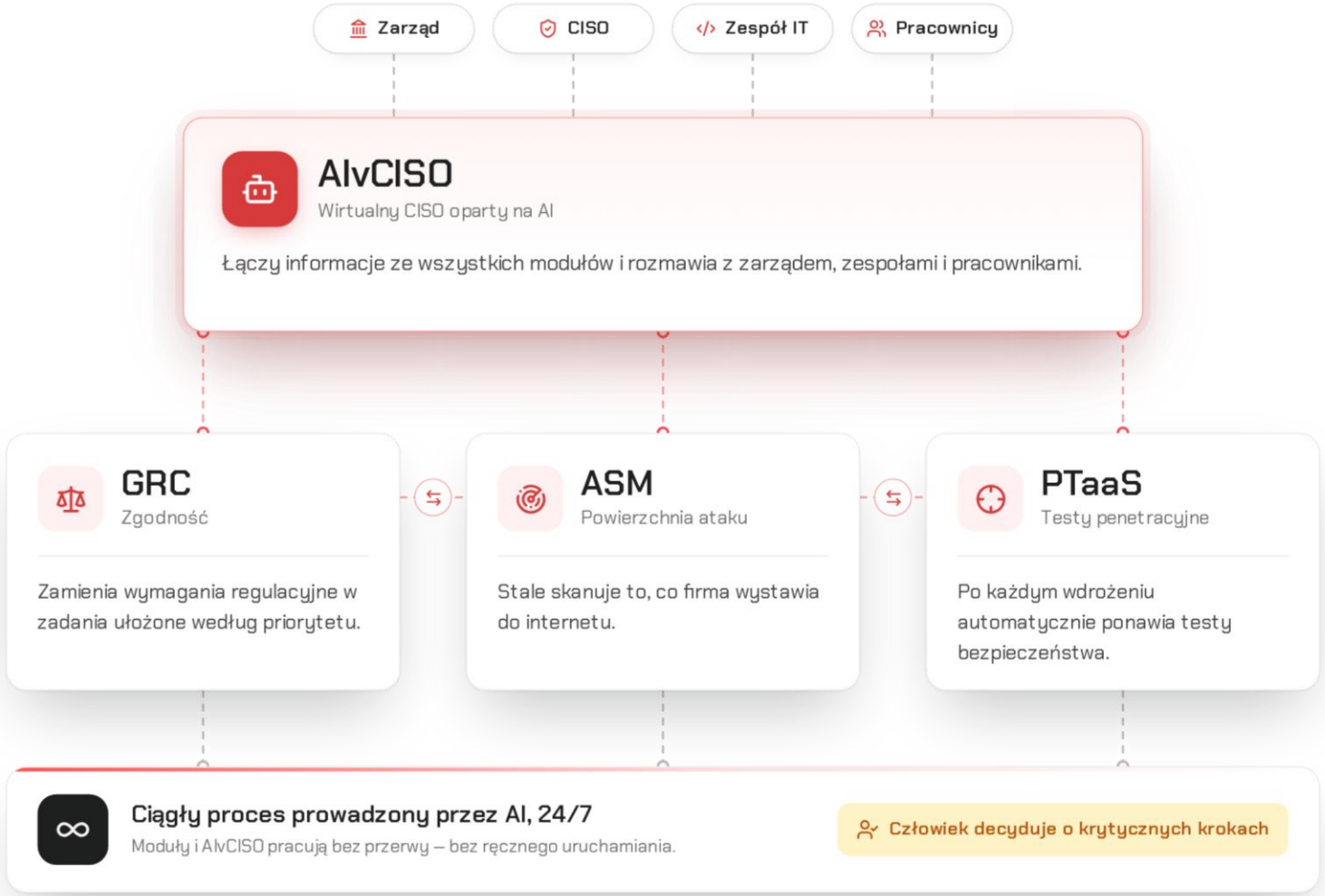
: Prace nad OWNROOT
postępują szybciej,
niż planowaliśmy



: OWNROOT łączy trzy moduły i wirtualnego CISO w jednej platformie opartej na AI

VERCOM

Platforma: trzy moduły koordynowane przez AIvCISO



Podstawowe informacje

MODEL CENOWY
Abonament miesięczny, modułowy. Cena zależna od wielkości infrastruktury oraz wykorzystania tokenów.

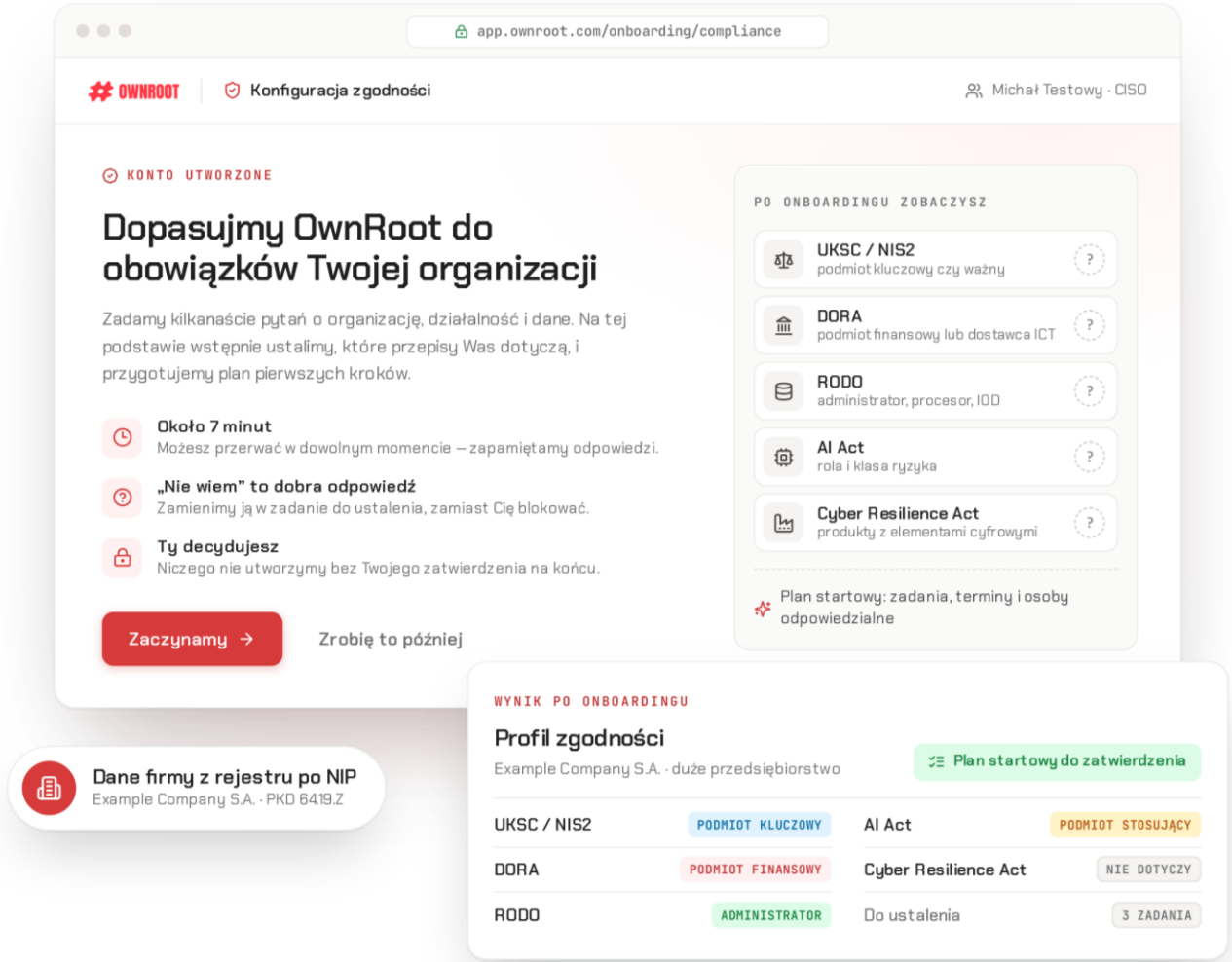
RYNEK
Klienci z Europy (produkt zbudowany wokół NIS2, DORA, AI Act i CRA).

KLIENCI
Firmy z segmentu mid-market objęte nowymi regulacjami, bez własnego CISO.

: Klient nie musi znać regulacji, wystarczy, że zna swój biznes

VERCOM

Aktywacja: od rejestracji do mapy obowiązków w ok. 7 minut



Dlaczego to ważne

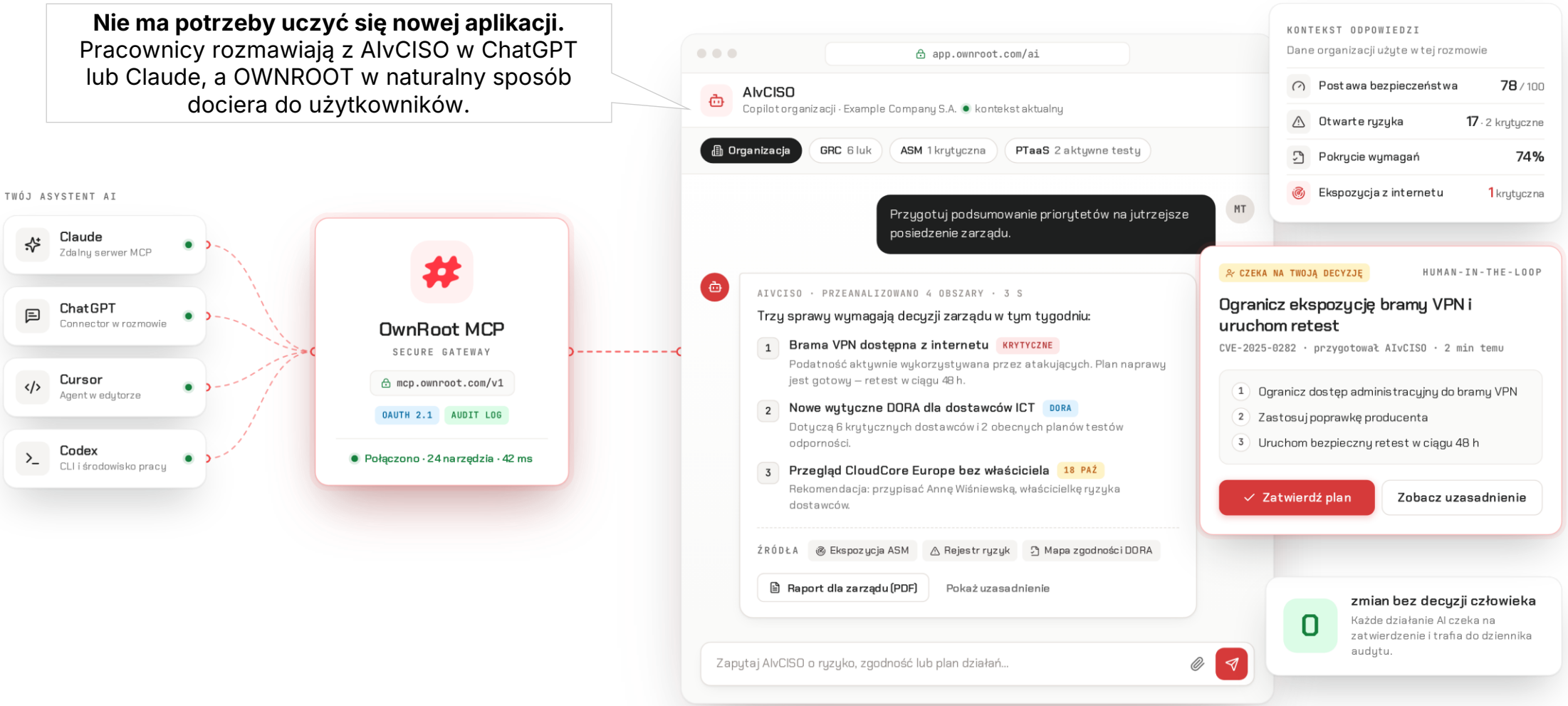
- **SAMODZIELNY START**
  Kilkanaście prostych pytań; klient może zacząć samodzielnie.
- **WIELE REGULACJI, JEDEN PROCES**
  NIS2, DORA, RODO, AI Act i CRA, oceniane według progów z przepisów.
- **MOŻLIWOŚĆ ROZBUDOWY**
  Odpowiedzi zasilają każdy moduł dodany później.

: OWNROOT działa w asystentach AI, z których klienci już korzystają

VERCOM

MCP i AIvCISO: jedno połączenie daje asystentom AI pełny obraz bezpieczeństwa firmy

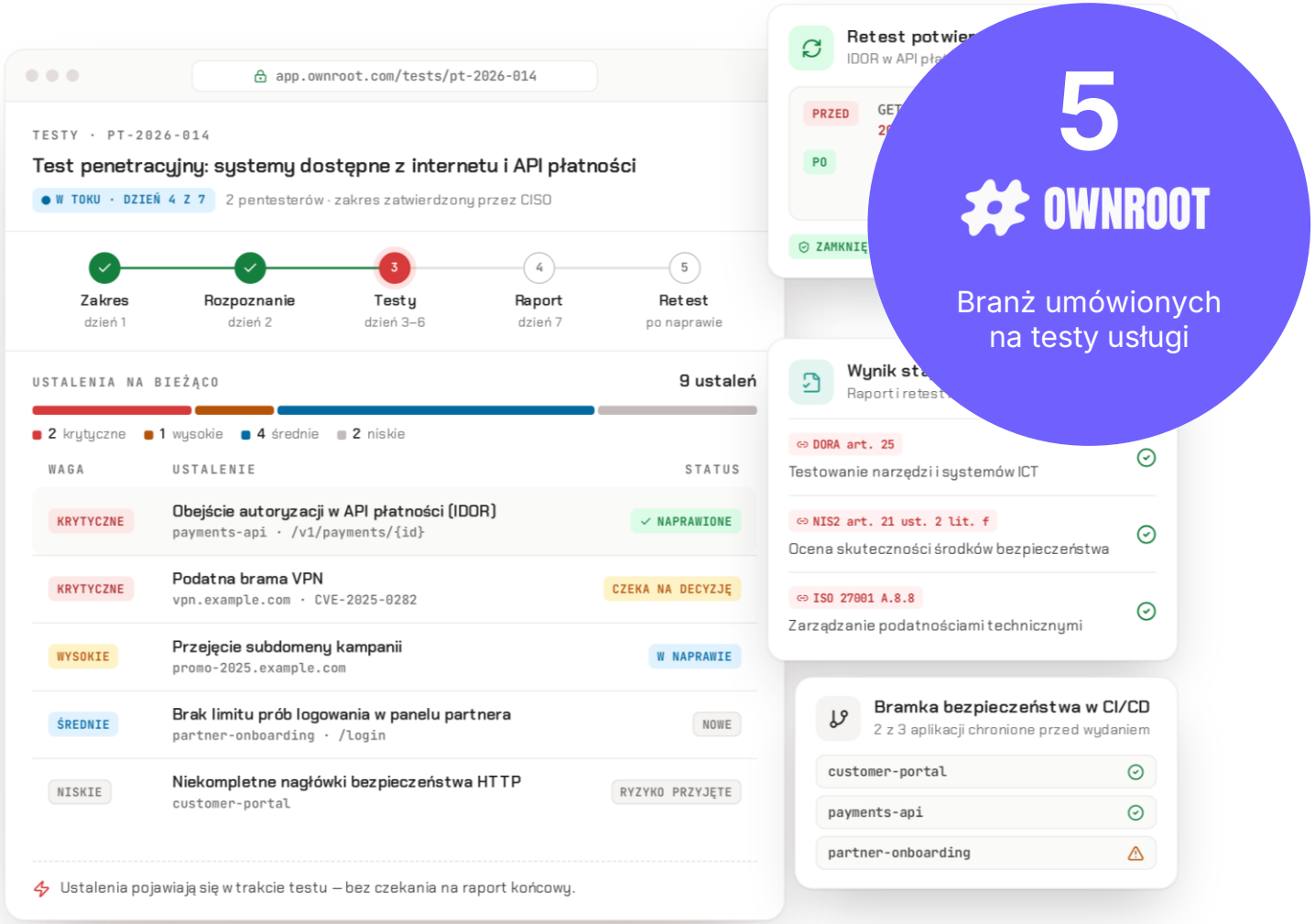
Nie ma potrzeby uczyć się nowej aplikacji. Pracownicy rozmawiają z AIvCISO w ChatGPT lub Claude, a OWNROOT w naturalny sposób dociera do użytkowników.



: Duże zainteresowanie testami platformy OWNROOT

VERCOM

PTaaS: testy penetracyjne jako usługa ciągła, a nie raport raz w roku



Harmonogram prac nad OWNROOT

II poł. 2027	Pełna wersja produktu
I poł. 2027	Testy komercyjne z wybranymi klientami
Q4 2026	Wczesny dostęp dla wybranych firm (w toku)
sierpień 2026	Ogłoszenie OWNROOT

VERCOM

: Wyniki finansowe

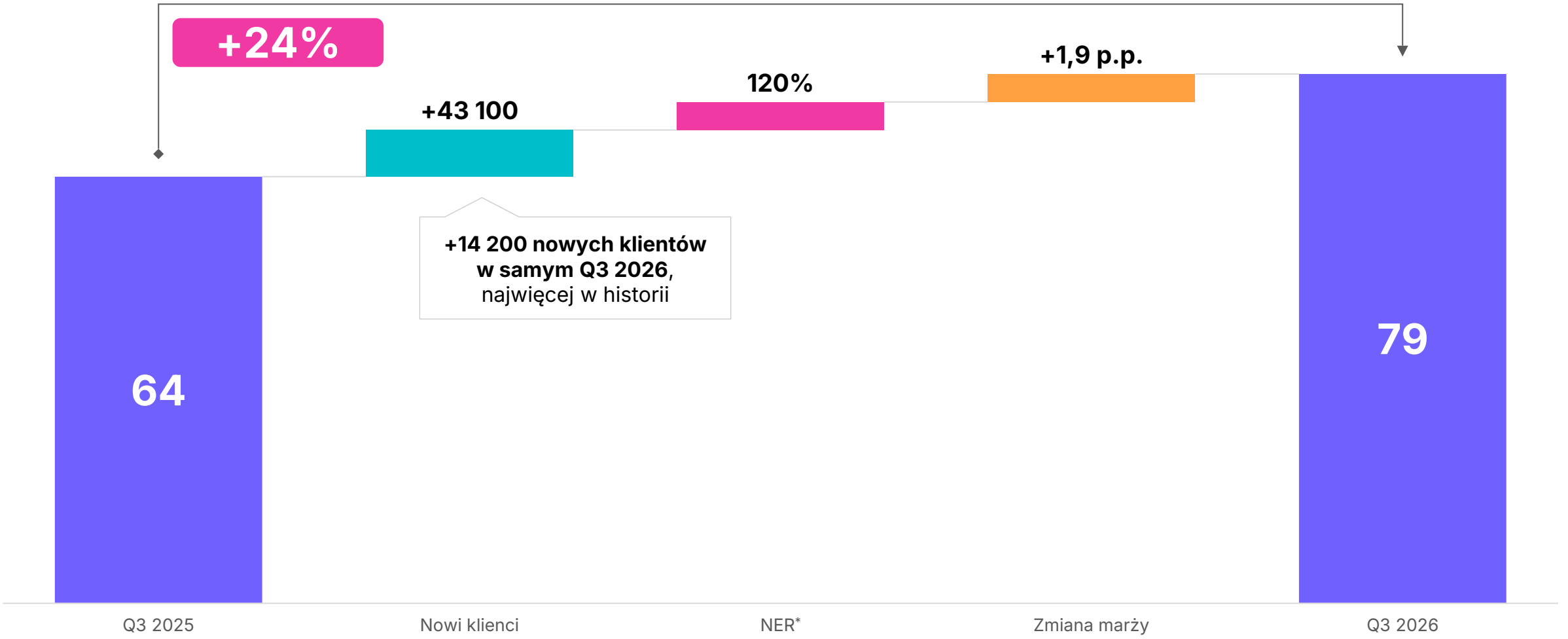


: Przyspieszenie dynamiki zysku brutto na sprzedaży tworzy **większą przestrzeń do rozwoju**



: Rekordowy przyrost klientów i nowy cennik napędzają zysk brutto na sprzedaży

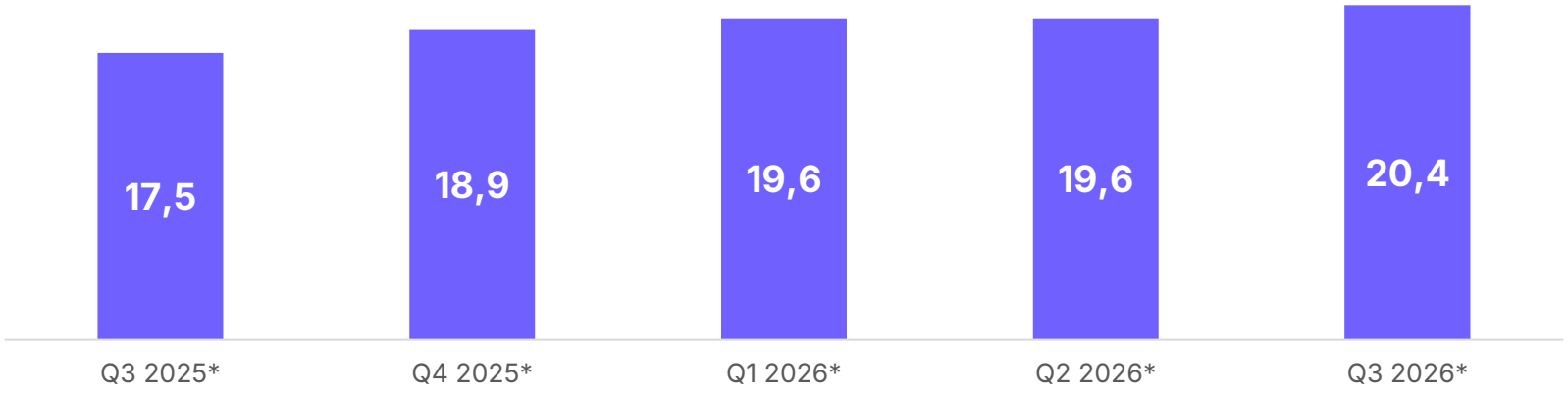
Zysk brutto na sprzedaży (mln zł)



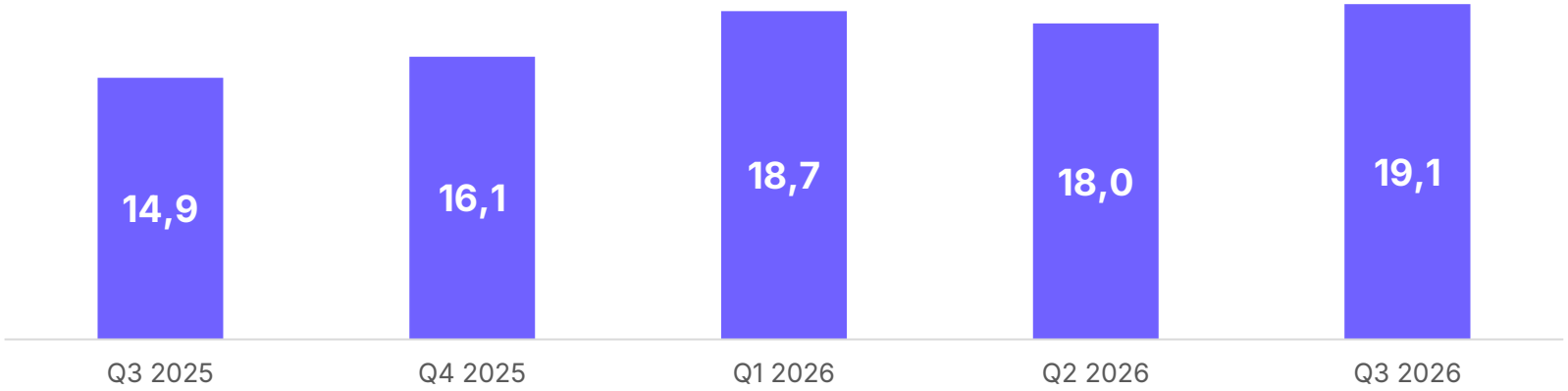
* NER (Net Expansion Rate): zmiana przychodów od klientów, którzy generowali przychody zarówno w okresie bieżącym, jak i porównawczym, z wyłączeniem ruchu hurtowego

: Reinwestujemy nadwyżkę zysku brutto na sprzedaży w pozyskiwanie klientów

Skorygowane koszty ogólnego zarządu (mln zł)



Koszty sprzedaży i marketingu (mln zł)



Komentarz

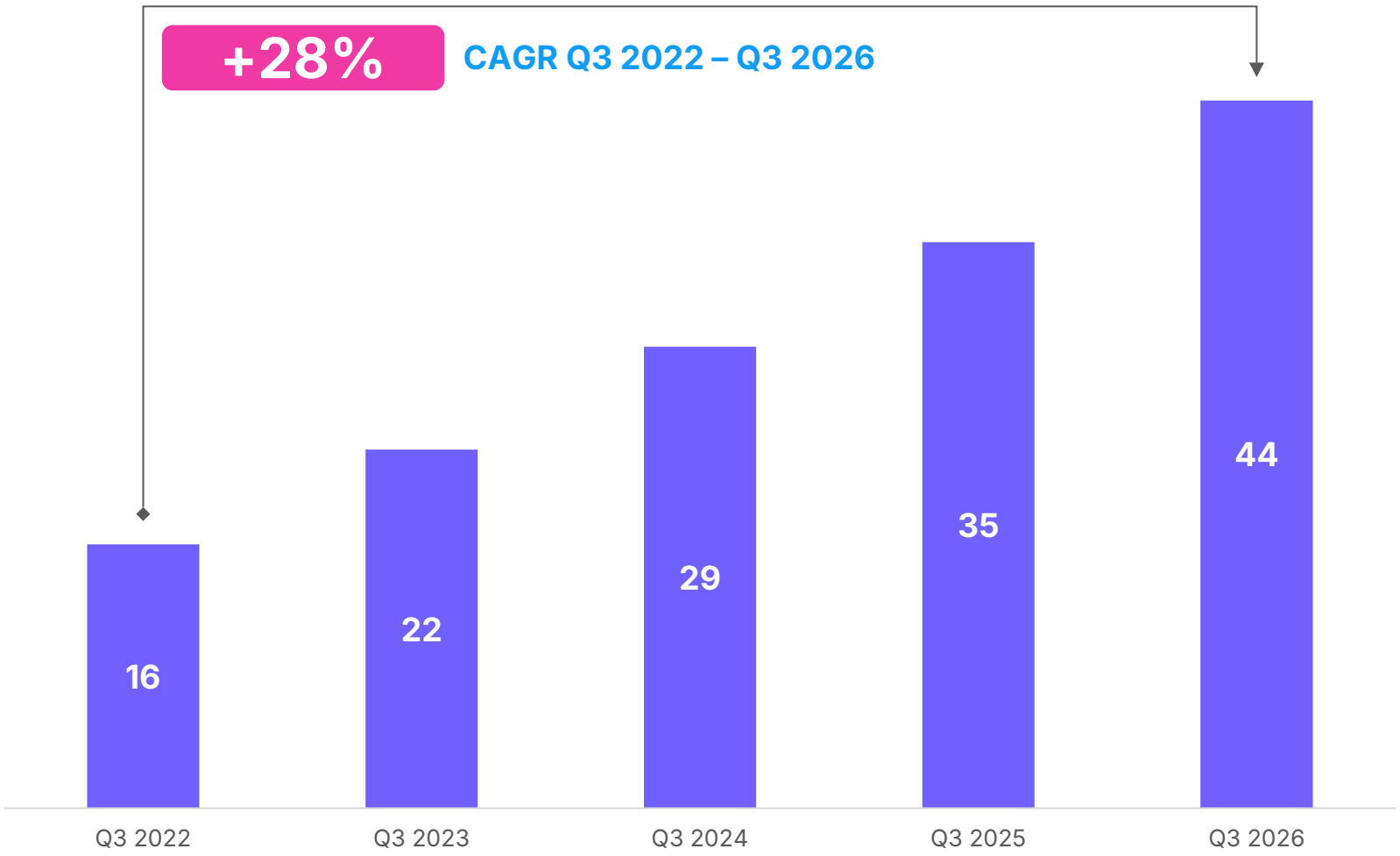
- Stabilne koszty ogólnego zarządu k/k
- Raportowane koszty ogólnego zarządu w Q3 obejmowały 1,3 mln zł niegotówkowych kosztów ESOP
- Wzrost kosztów marketingu o 1,1 mln zł k/k był związany z intensywną promocją marki i jesienną kampanią promocyjną
- Możliwy wzrost budżetu marketingowego w Q4 ze względu na szczyt sezonu sprzedażowego

* Skorygowane o niegotówkowe koszty ESOP w wysokości: 3,7 mln zł w Q3 i Q4 2025, 1,3 mln zł w Q1, Q2 i Q3 2026

: Dynamiczny wzrost EBITDA zgodny z naszym celem 165 mln zł w roku 2026

VERCOM

Skorygowana EBITDA (mln zł)

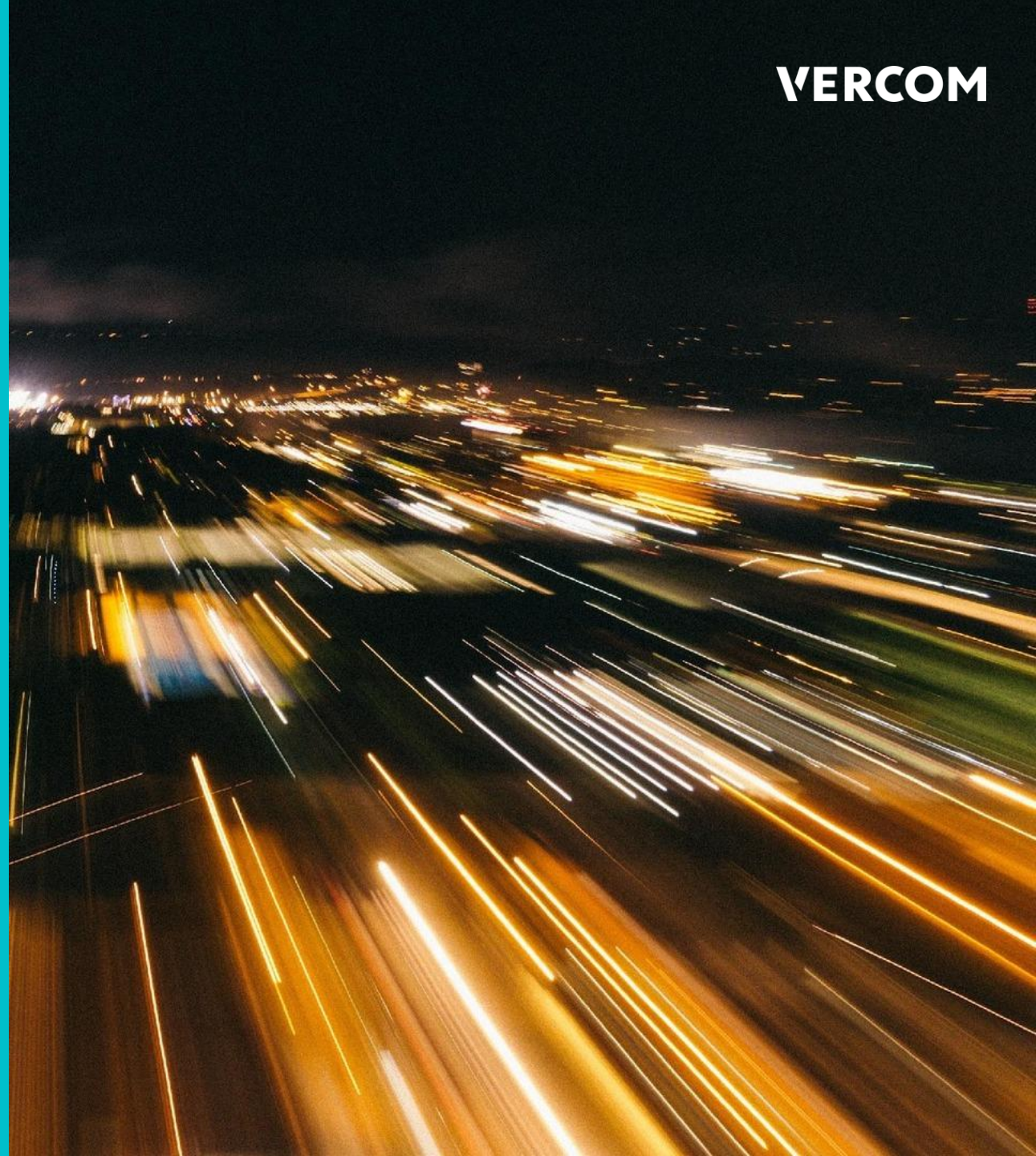


Komentarz

- Skorygowana EBITDA* w Q3 2026 wyniosła 44 mln zł
- Organiczny wzrost w Q3 2026 wyniósł 25% r/r dzięki rekordowemu przyrostowi klientów i pierwszym efektom nowego cennika
- Wdrożenie nowego cennika w MailerLite i szybsza monetyzacja użytkowników planu darmowego powinny wspierać wyniki całego 2027 roku
- Po przejściu wszystkich klientów na nowy cennik łączny wzrost przychodów w 2027 roku może przekroczyć 20 mln zł

* EBITDA w Q3 2026 skorygowana o 1,3 mln zł niegotówkowych kosztów ESOP

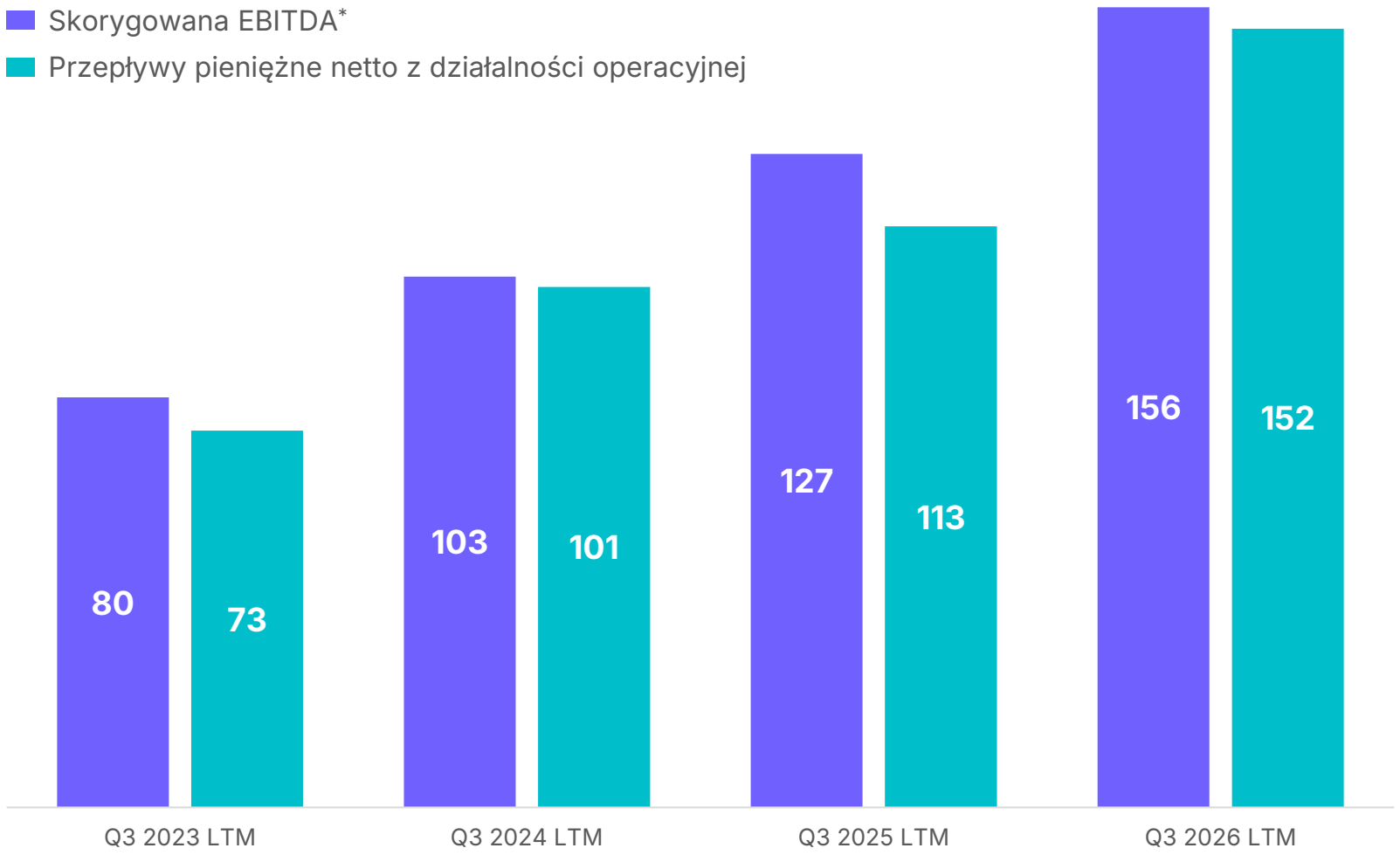
: Rosnący FCF potwierdza **zdolność generowania gotówki**



: Wysoki poziom konwersji EBITDA na przepływy operacyjne

VERCOM

Skorygowana EBITDA i przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej (mln zł)



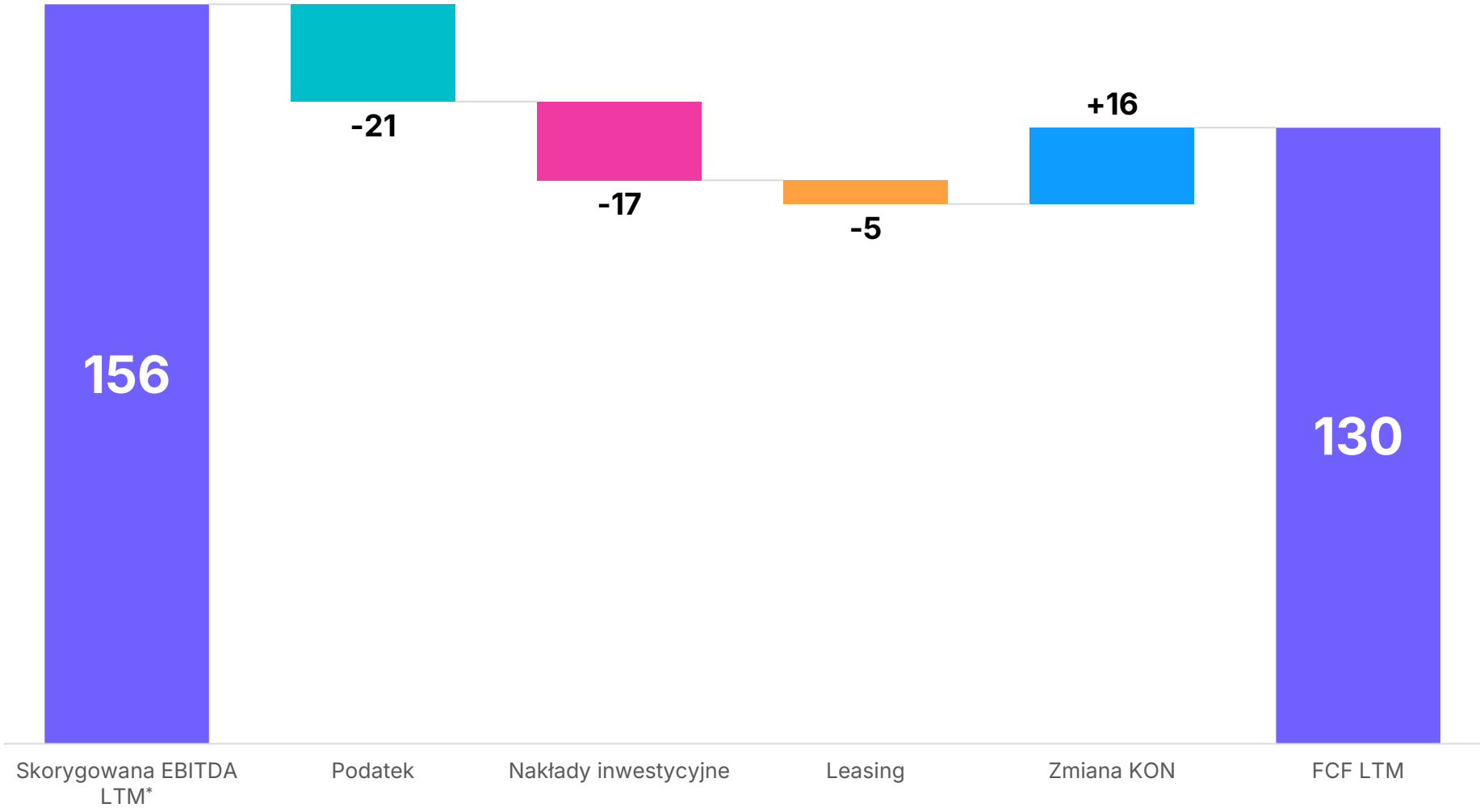
Komentarz

- Przepływy operacyjne to 97% skorygowanej EBITDA LTM
- Przepływy operacyjne LTM +34% r/r
- Kapitał obrotowy wrócił do normalnego poziomu po okresie zmiennych wolumenów wiadomości

* EBITDA za 12 miesięcy do końca Q3 2026 skorygowana o 7,6 mln zł niegotówkowych kosztów ESOP

: Wysoka zdolność generowania gotówki wsparta wzrostem FCF o ok. 37% r/r

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



83%

Konwersja EBITDA na FCF

25%

Marża FCF

* EBITDA za 12 miesięcy do końca Q3 2026 skorygowana o 7,6 mln zł niegotówkowych kosztów ESOP

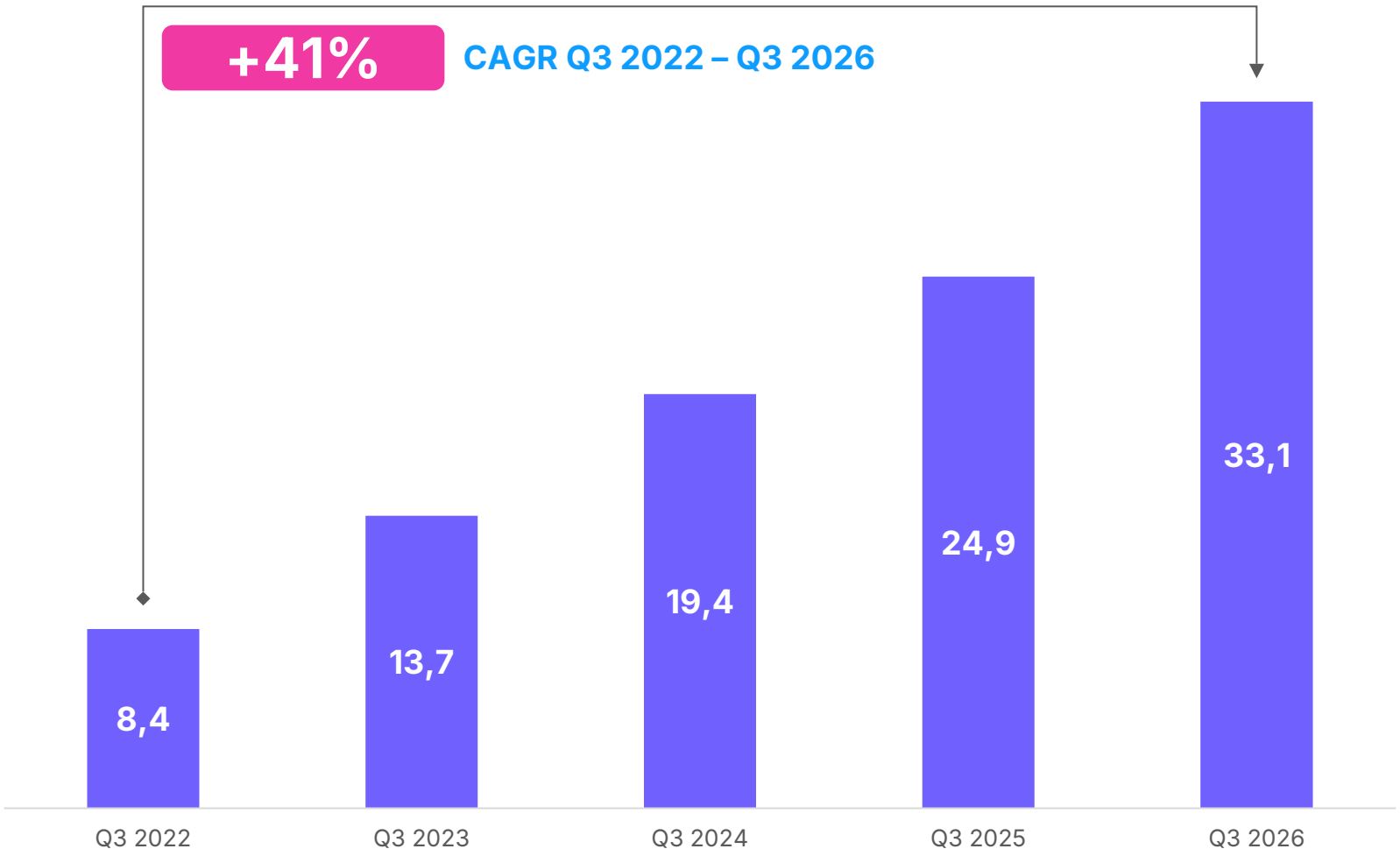
: **Wzrost zysku netto**
napędzany wynikiem
operacyjnym
i wspierany redukcją
zadłużenia



: Wzrost zysku netto dzięki dźwigni operacyjnej i niższym kosztom finansowym

VERCOM

Skorygowany zysk netto (mln zł)



Komentarz

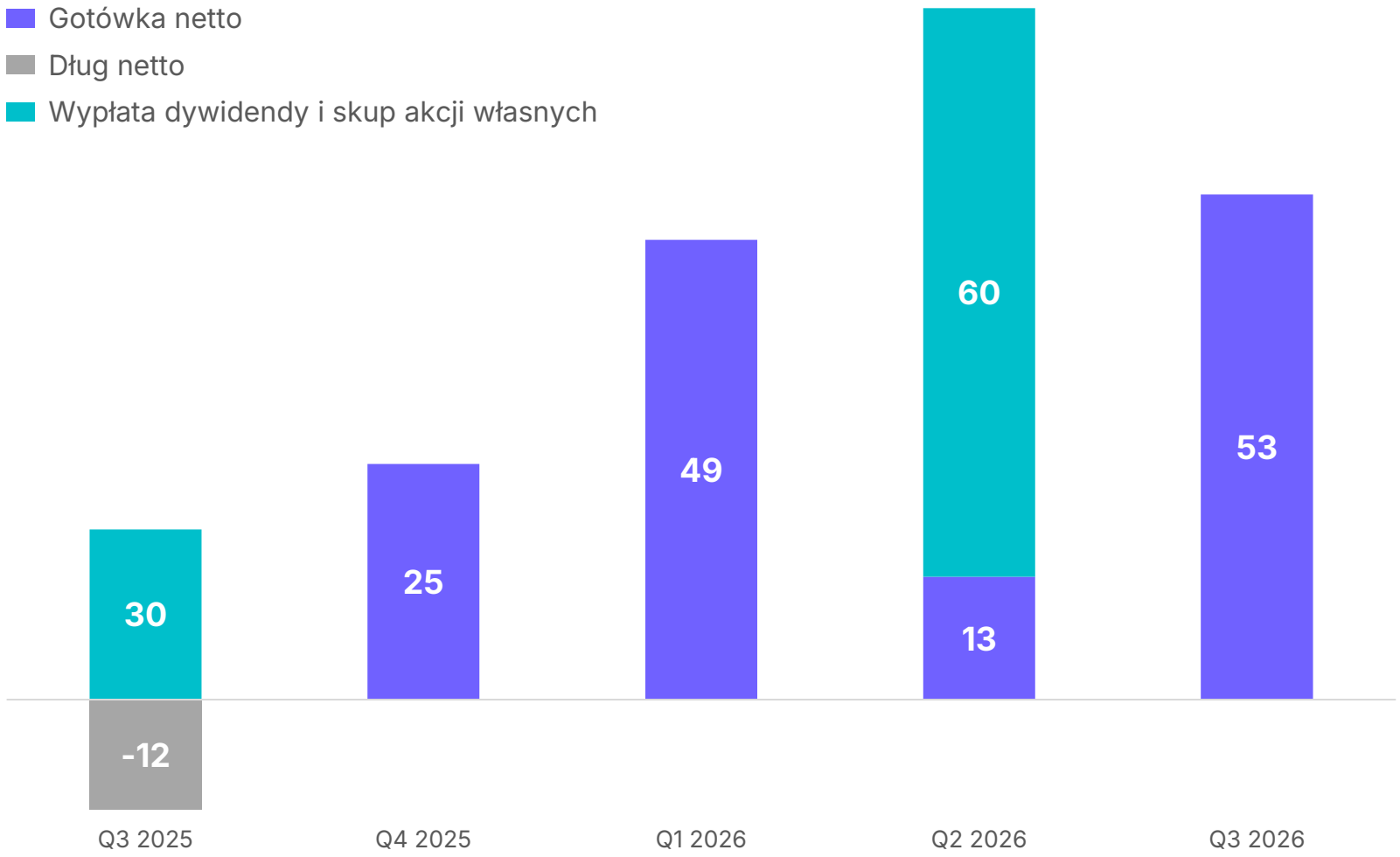
- Skorygowany zysk netto* w Q3 2026 wyniósł 33,1 mln zł (+33% r/r)
- Raportowany zysk netto obejmował 1,3 mln zł niegotówkowych kosztów ESOP i 0,5 mln zł ujemnych różnic kursowych
- Koszty ESOP nie dają tarczy podatkowej, więc ich spadek r/r (z 3,7 do 1,3 mln zł) przyczynił się też do niższej efektywnej stopy podatkowej
- Koszty odsetkowe w Q3 2026 wyniosły 0,9 mln zł wobec 1,4 mln zł w Q3 2025, przy zadłużeniu kredytowym niższym o 18% r/r

* Zysk netto skorygowany o 3,7 mln zł niegotówkowych kosztów ESOP i 0,8 mln zł ujemnych różnic kursowych w Q3 2025 oraz o 1,3 mln zł niegotówkowych kosztów ESOP i 0,5 mln zł ujemnych różnic kursowych w Q3 2026

: Dodatnia gotówka netto pomimo rekordowej dywidendy

VERCOM

Gotówka netto (mln zł)



Komentarz

- Gotówka netto wyniosła 53 mln zł wobec 13 mln zł na koniec Q2 2026
- Gotówka wygenerowana w Q3 2026 pozwoliła odbudować saldo środków pieniężnych po rekordowej wypłacie dywidendy (60 mln zł) w Q2 2026
- Docelowy dług netto / EBITDA na poziomie ok. 0x do czasu następnego przejęcia
- Nadwyżkę powyżej progu planujemy przeznaczyć na dywidendę* oraz inicjatywy rozwojowe

* Zgodnie z polityką dywidendową i po decyzji Walnego Zgromadzenia

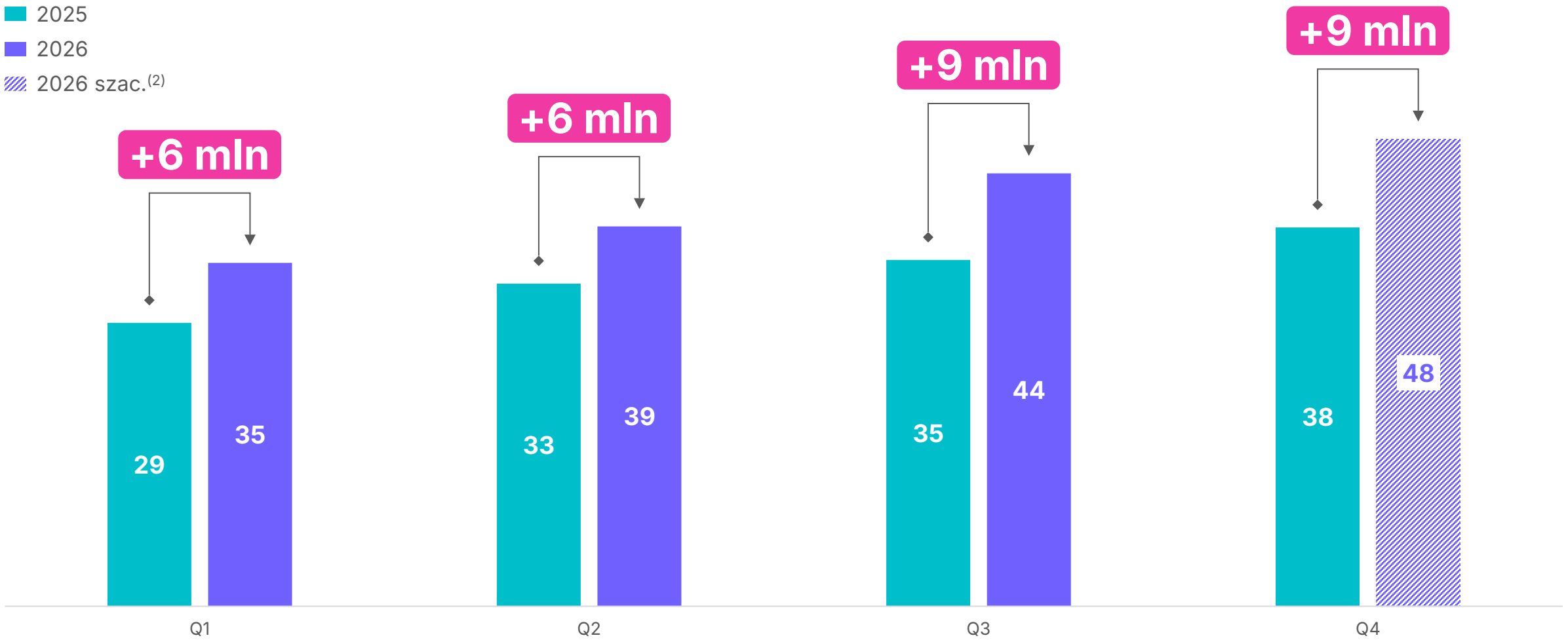
: Jesteśmy **na dobrej drodze do realizacji** celów na 2026-2027



: Skorygowana EBITDA w Q3 2026 przekroczyła cel o 1 mln zł

VERCOM

Skorygowana EBITDA[1] (mln zł)

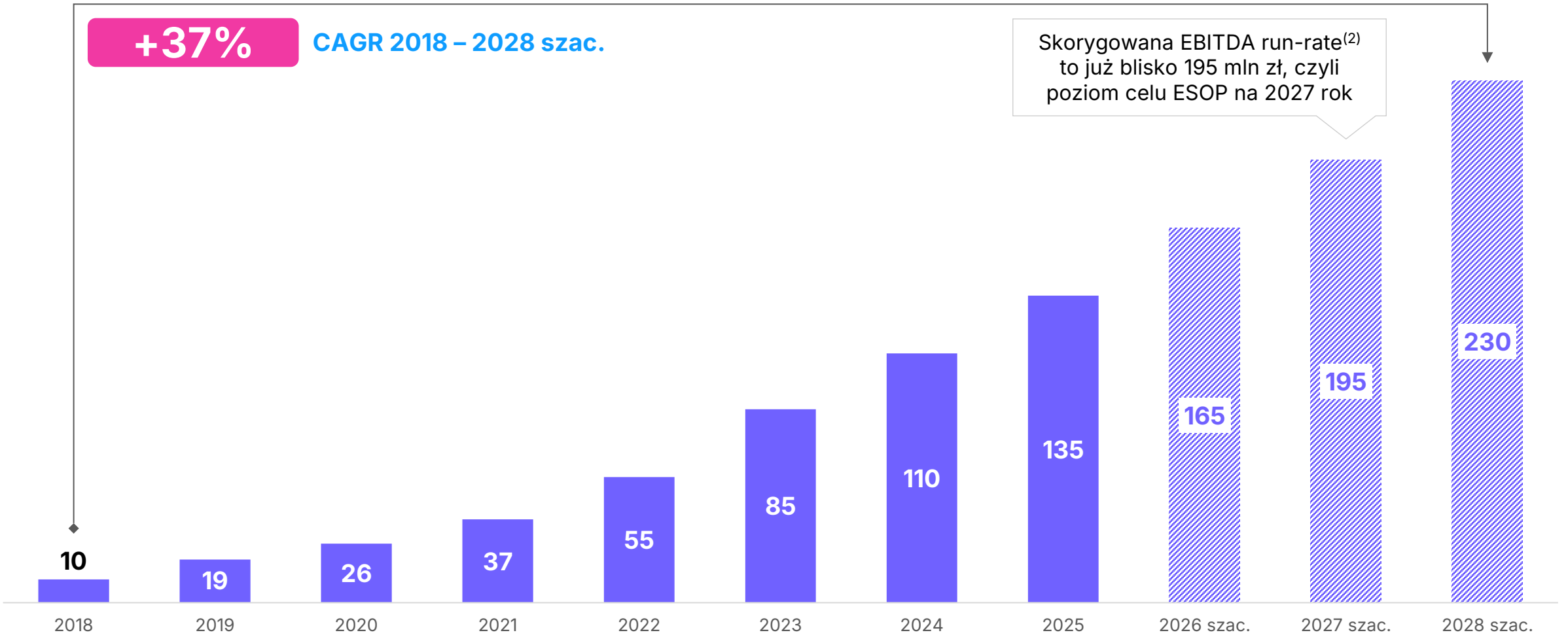


(1) EBITDA skorygowana o niegotówkowe koszty ESOP w wysokości 3,7 mln zł, 3,7 mln zł, 1,3 mln zł, 1,3 mln zł i 1,3 mln zł odpowiednio w Q3 2025, Q4 2025, Q1 2026, Q2 2026 i Q3 2026
(2) 2026 szac.: szacunek Q4 2026 oparty na historycznej sezonowości i oczekiwanym wpływie aktualizacji cennika w MailerLite

: EBITDA run-rate osiągnęła już blisko 195 mln zł

VERCOM

Skorygowana EBITDA[1] (mln zł)



(1) EBITDA skorygowana o niegotówkowe koszty ESOP w wysokości 0,6 mln zł i 7,5 mln zł odpowiednio w 2024 i 2025 roku Uwaga: 2026-2028 szac.: cele ESOP (skorygowana EBITDA)
(2) EBITDA run-rate: skorygowana EBITDA za ostatni miesiąc w ujęciu rocznym (× 12)

VERCOM

: Strategia



: Konsekwentna realizacja strategii **rozwoju na rynku globalnym**



: Strategia długoterminowego wzrostu

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 komunikacji marketingowej zapewniająca dostęp do wszystkich kanałów poprzez wspólne API



: MessageFlow – platforma dla klientów Enterprise

VERCOM

Jedno API, wiele kanałów komunikacji

Dostęp do kanałów SMS, e-mail, 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 e-mail 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



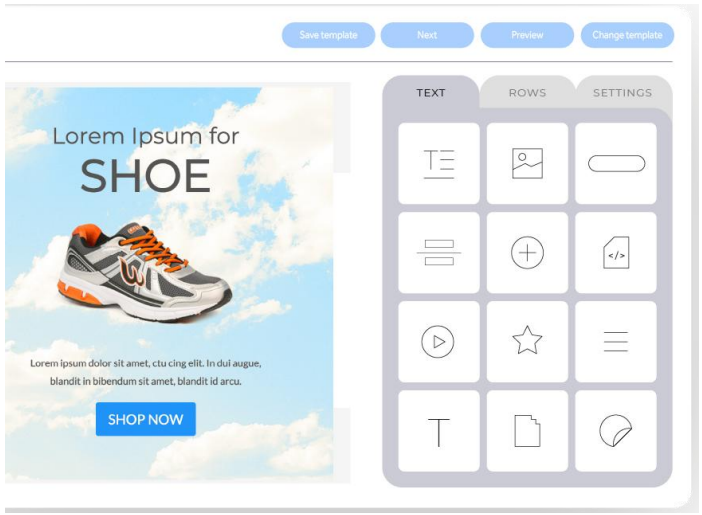
: Prosta i szybka integracja dopasowana do potrzeb danego klienta

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



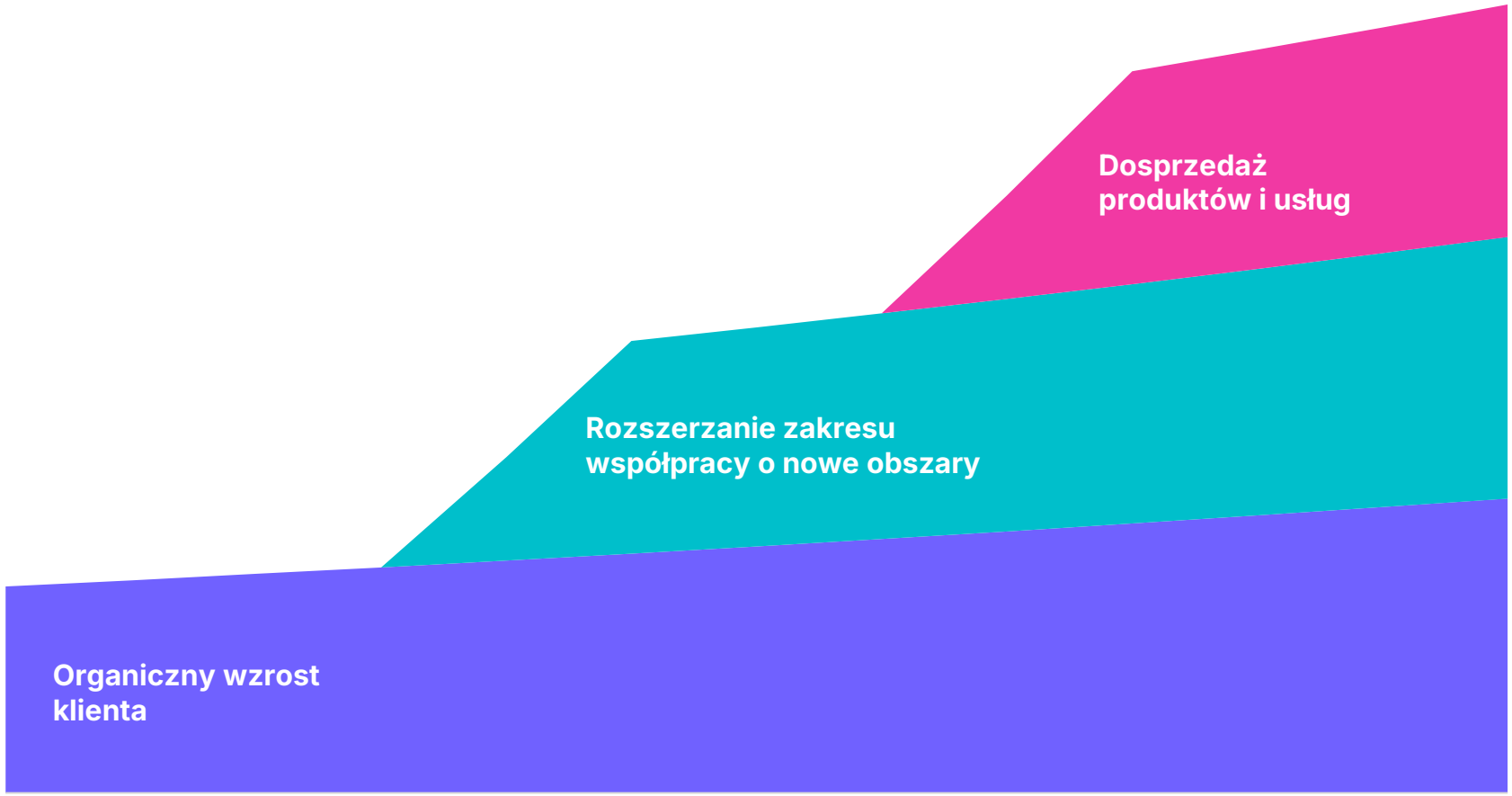
Go Node Ruby Python Copy

```
{
  "sender": "string",
  "message": "Hello world!",
  "phoneNumbers": [
    "+48111222333",
    "+48111222444"
  ],
  "validity": 4320,
  "scheduleTime": 0,
  "type": 0,
  "shortLink": true,
  "webhookUrl": "string",
  "externalId": "xxxx-xxxx-xxxx"
}
```

: Strategia rozwoju współpracy z klientami Enterprise

VERCOM

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



Wielokanałowość naszej oferty (SMS, e-mail, push, OTT) oraz szereg zaawansowanych funkcjonalności przekłada się na duży potencjał dosprzedaży usług

Nowi klienci zazwyczaj wdrażają nasze usługi w jednym obszarze komunikacji (np. w marketingu) i stopniowo podpinają kolejne systemy (np. system transakcyjny, dział obsługi klienta, itd.)

Współpraca z klientami Enterprise zazwyczaj opiera się o model pay-as-you-grow, dzięki czemu wraz ze wzrostem skali działalności naszych klientów uczestniczymy w ich sukcesie

Pozyskanie klienta → *Rozwój współpracy oraz budowa zrozumienia możliwości platformy* → **Uwolnienie pełnego potencjału klienta**

: MailerLite

Usługi digital marketingu 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

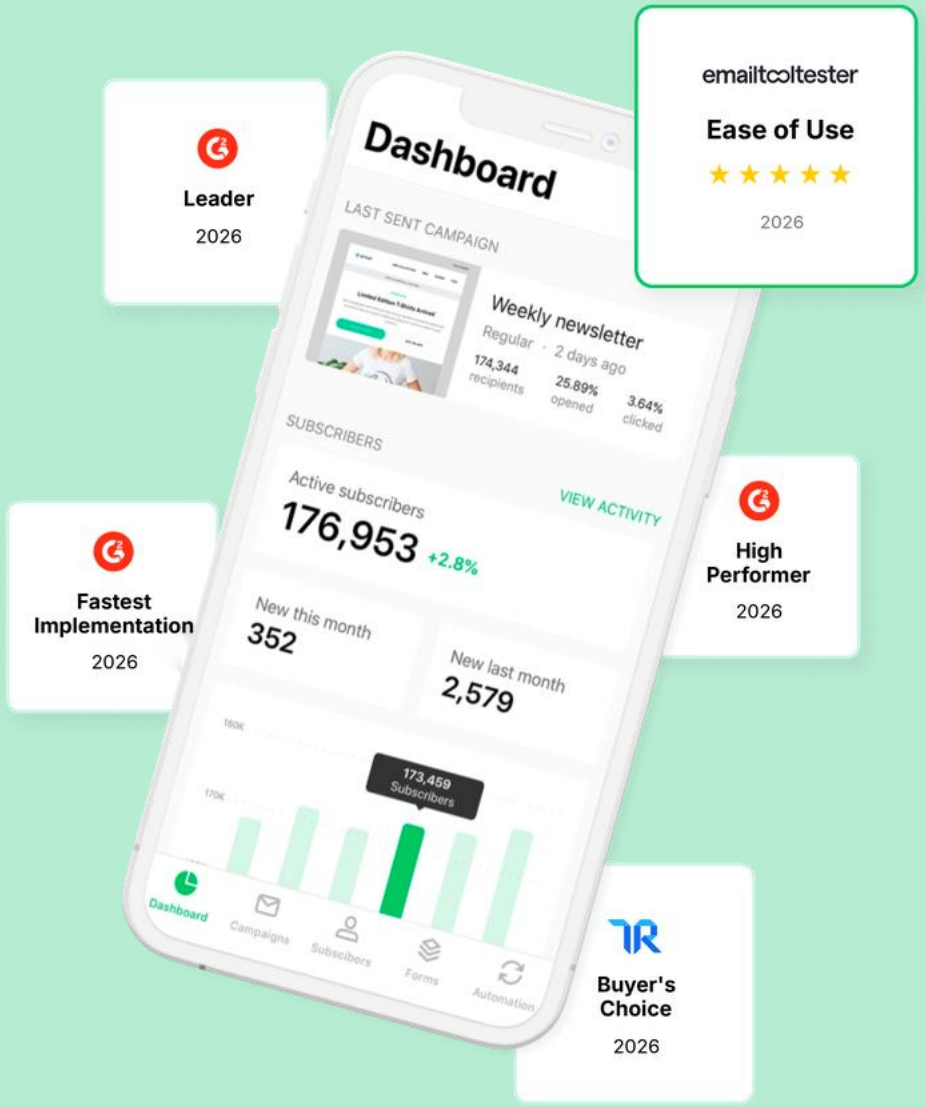
Dajemy możliwość integracji usługi MailerLite z zewnętrznymi aplikacjami aby ułatwić wymianę danych oraz zapewnić większe możliwości automatyzacji

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 e-mail marketingu

VERCOM

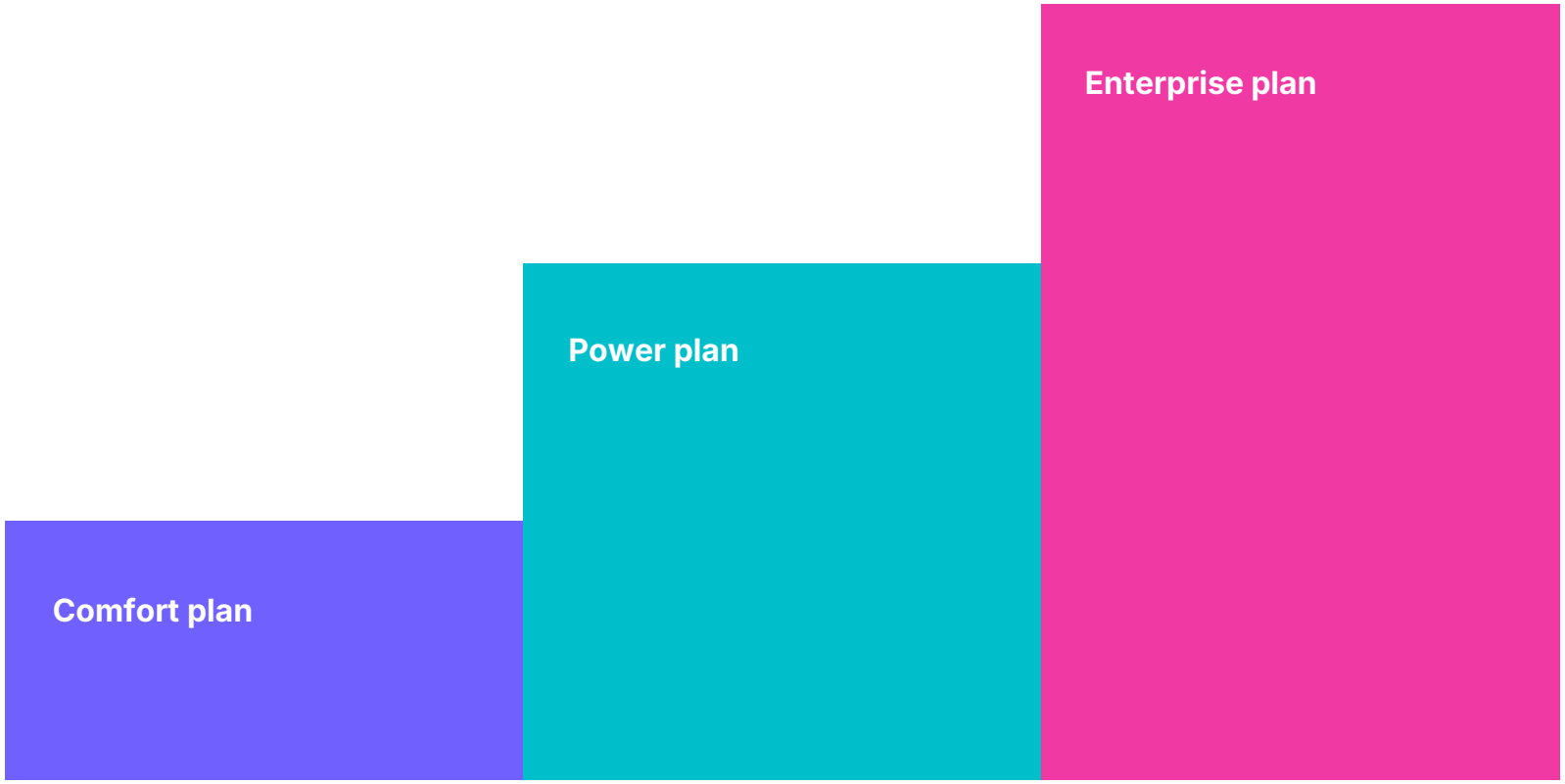
MailerLite VERCOM	Mailchimp* INTUIT	Brevo	Klaviyo	Capterra
4,7 (2 341)	4,5 (17 676)	4,6 (3 529)	4,6 (538)	**Ocena**
★ 4,6	★ 4,4	★ 4,6	★ 4,5	Łatwość korzystania
★ 4,8	★ 4,2	★ 4,5	★ 4,3	Obsługa klienta
★ 4,5	★ 4,4	★ 4,5	★ 4,6	Zakres usług
★ 4,7	★ 4,4	★ 4,5	★ 4,3	Stosunek jakości do ceny
$12,00	**$13,00**	**$9,00**	**$20,00**	**Najtańszy pakiet**

*Źródło: Capterra na dzień 11 listopada 2026; *dane Mailchimp na dzień 25 sierpnia 2026*

: Strategia rozwoju współpracy z klientami SME

VERCOM

Wzrost przychodów od klientów rozliczanych w modelu subskrypcyjnym



Klienci stopniowo migrują do bardziej zaawansowanych planów subskrypcyjnych wraz ze wzrostem skali działalności oraz potrzeb

Wybór rodzaju subskrypcji wynika z wielkości bazy klientów oraz zapotrzebowania na konkretne funkcjonalności, takich jak wsparcie techniczne, dedykowane IP czy szyfrowanie danych

Pozyskanie klienta → *Organiczny wzrost biznesu naszych klientów tworzy potrzebę dostępu do bardziej zaawansowanych funkcjonalności* → **Uwolnienie pełnego potencjału klienta**

VERCOM

: Dane finansowe



: Skonsolidowany rachunek wyników – wariant kalkulacyjny

Dane skonsolidowane (tys. zł)	Q3 2025	Q3 2026	Zmiana	9M 2025	9M 2026	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	**116 529**	**139 794**	**20%**	**341 361**	**395 639**	**16%**
Koszty wytworzenia usług	(52 558)	(60 371)	15%	(157 265)	(173 811)	11%
Zysk brutto na sprzedaży	**63 971**	**79 423**	**24%**	**184 096**	**221 828**	**20%**
Koszty sprzedaży i marketingu	(14 886)	(19 059)	28%	(46 590)	(55 809)	20%
Koszty ogólnego zarządu	(21 266)	(21 709)	2%	(56 261)	(63 550)	13%
Zysk na sprzedaży	**27 819**	**38 655**	**39%**	**81 245**	**102 469**	**26%**
Pozostałe przychody operacyjne	20	24	20%	122	213	75%
Zysk na sprzedaży niefinansowych aktywów trwałych	(4)	(3)	-25%	(39)	83	-
Pozostałe koszty operacyjne	(12)	(11)	-8%	(218)	(280)	28%
Odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych	-	-	-	26	-	-100%
Odpisy z tytułu utraty wartości należności	(118)	27	-	391	(388)	-
Zysk na działalności operacyjnej	**27 705**	**38 692**	**40%**	**81 527**	**102 097**	**25%**
Przychody finansowe	(240)	174	-	629	962	53%
Koszty finansowe	(2 072)	(1 480)	-29%	(4 799)	(4 807)	0%
Koszty finansowe netto	(2 312)	(1 306)	-44%	(4 170)	(3 845)	-8%
Zysk przed opodatkowaniem	25 393	37 386	47%	77 357	98 252	27%
Podatek dochodowy	(5 079)	(6 088)	20%	(11 555)	(15 548)	35%
Zysk netto z działalności kontynuowanej	20 314	31 298	54%	65 802	82 704	26%

: Skonsolidowany rachunek wyników – wariant porównawczy

Dane skonsolidowane (tys. zł)	Q3 2025	Q3 2026	Zmiana	9M 2025	9M 2026	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	**116 529**	**139 794**	**20%**	**341 361**	**395 639**	**16%**
Pozostałe przychody operacyjne	20	24	20%	122	213	75%
Amortyzacja	(3 730)	(4 022)	8%	(11 482)	(11 468)	0%
Usługi obce	(75 189)	(89 518)	19%	(226 543)	(258 454)	14%
Wynagrodzenia i koszty świadczeń pracowniczych	(9 491)	(7 211)	-24%	(21 022)	(22 005)	5%
Zużycie materiałów i energii	(242)	(309)	28%	(830)	(1 005)	21%
Podatki i opłaty	(58)	(79)	36%	(239)	(238)	0%
Pozostałe koszty operacyjne	(12)	(11)	-8%	(218)	(280)	28%
Zysk na sprzedaży niefinansowych aktywów trwałych	(4)	(3)	-25%	(39)	83	-
Odpisy z tytułu utraty wartości niefinansowych aktywów trwałych	-	-	-	26	-	-100%
Odpisy z tytułu utraty wartości należności	(118)	27	-	391	(388)	-
Zysk na działalności operacyjnej	**27 705**	**38 692**	**40%**	**81 527**	**102 097**	**25%**
Koszty finansowe netto	(2 312)	(1 306)	-44%	(4 170)	(3 845)	-8%
Zysk przed opodatkowaniem	25 393	37 386	47%	77 357	98 252	27%
Podatek dochodowy	(5 079)	(6 088)	20%	(11 555)	(15 548)	35%
Zysk netto	**20 314**	**31 298**	**54%**	**65 802**	**82 704**	**26%**
- przypadający na akcjonariuszy jednostki dominującej	19 923	31 179	57%	65 020	82 290	27%

: Skonsolidowana sytuacja majątkowa – aktywa i pasywa

Dane skonsolidowane (tys. zł)	31.12.2025	30.09.2026	Zmiana
Rzeczowe aktywa trwałe	16 625	16 835	1%
Prawa do korzystania z aktywów	7 095	7 204	2%
Wartości niematerialne i wartość firmy	410 071	433 050	6%
Pożyczki udzielone	16	172	975%
Należności z tytułu udzielonego leasingu	478	384	-20%
Pozostałe aktywa	150	394	163%
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	4	132	>999%
Aktywa trwałe	**434 439**	**458 171**	**5%**
Należności handlowe	50 556	46 510	-8%
Pożyczki udzielone	344	171	-50%
Należności z tytułu udzielonego leasingu	179	185	3%
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	105 519	124 977	18%
Pozostałe aktywa	4 350	4 151	-5%
Aktywa obrotowe	**160 948**	**175 994**	**9%**
Aktywa ogółem	595 387	634 165	7%
Kapitał własny	**403 424**	**448 904**	**11%**
Zobowiązania długoterminowe	71 963	65 685	-9%
- W tym m.in. zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek	54 533	47 484	-13%
Zobowiązania krótkoterminowe	120 000	119 576	0%
- W tym m.in. zobowiązania z tytułu kredytów i pożyczek	17 968	16 004	-11%
Zobowiązania razem	**191 963**	**185 261**	**-3%**
Kapitał własny i zobowiązania razem	595 387	634 165	7%

: Skonsolidowana sytuacja pieniężna – rachunek cash flow (1/2)

Dane skonsolidowane (tys. zł)	Q3 2025	Q3 2026	Zmiana	9M 2025	9M 2026	Zmiana
Zysk netto za okres sprawozdawczy	**20 313**	**31 298**	**54%**	**65 802**	**82 704**	**26%**
Korekty razem	11 372	17 626	55%	18 225	40 772	124%
Środki pieniężne wygenerowane na działalności operacyjnej	31 685	48 924	54%	84 027	123 476	47%
Podatek zapłacony	(2 304)	(3 205)	39%	(11 437)	(17 060)	49%
Środki pieniężne netto z działalności operacyjnej	**29 381**	**45 719**	**56%**	**72 590**	**106 416**	**47%**
Odsetki otrzymane	97	110	13%	556	890	60%
Pożyczki udzielone	-	(228)	-	(151)	(26 064)	>999%
Spłaty udzielonych pożyczek	9	229	>999%	28	25 579	>999%
Wpływy z tytułu sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych	5	2	-60%	554	87	-84%
Nabycie rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych	(4 205)	(4 482)	7%	(12 095)	(12 476)	3%
Otrzymane płatności z tytułu leasingu	34	40	18%	94	113	20%
Środki pieniężne netto z działalności inwestycyjnej	**(4 060)**	**(4 329)**	**7%**	**(11 014)**	**(11 871)**	**8%**

: Skonsolidowana sytuacja pieniężna – rachunek cash flow (2/2)

Dane skonsolidowane (tys. zł)	Q3 2025	Q3 2026	Zmiana	9M 2025	9M 2026	Zmiana
Dywidendy	-	-	-	(44 991)	(60 090)	34%
Nabycie akcji własnych	(29 635)	-	-100%	(29 635)	-	-100%
Spłaty kredytów i pożyczek	(3 655)	(3 872)	6%	(10 947)	(11 456)	5%
Wpływy z tytułu zaciągnięcia kredytu w rachunku bieżącym	(411)	(31)	-92%	38	45	18%
Odsetki zapłacone	(1 097)	(772)	-30%	(3 796)	(2 627)	-31%
Płatności zobowiązań z tytułu umów leasingu	(1 150)	(1 226)	7%	(3 465)	(3 783)	9%
Środki pieniężne netto z działalności finansowej	**(35 948)**	**(5 901)**	**-84%**	**(92 796)**	**(77 911)**	**-16%**
Przepływy pieniężne netto ogółem	(10 627)	35 489	-	(31 220)	16 634	-
Wpływ zmian z tytułu różnic kursowych dotyczących środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	2 348	1 077	-54%	(2 037)	2 824	-
Zwiększenie (zmniejszenie) stanu środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	(8 279)	36 566	-	(33 257)	19 458	-
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na początek okresu	-	-	-	106 235	105 519	-1%
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na koniec okresu	(8 279)	36 566	-	72 978	124 977	71%

: Skonsolidowane zmiany w kapitale własnym

Dane skonsolidowane (tys. zł)	Kapitał zapasowy, w tym:											
	Kapitał podstawowy	z nadwyżki ceny emisyjnej nad wartością nominalną	z odpisów z zysku	pozostały	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
Stan na dzień 1 stycznia 2026 r.	**444**	**289 062**	**34 770**	**3 533**	**11 458**	**34 651**	**(30 001)**	**(63 422)**	**121 204**	**401 699**	**1 725**	**403 424**
Zysk netto	-	-	-	-	-	-	-	-	82 290	**82 290**	414	**82 704**
Inne całkowite dochody	-	-	-	-	-	-	-	18 910	-	**18 910**	-	**18 910**
Całkowite dochody w okresie	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**18 910**	**82 290**	**101 200**	**414**	**101 614**
Transakcje z właścicielami ujęte bezpośrednio w kapitale własnym												
Podział zysku	-	-	20 794	-	-	-	-	-	(20 794)	**-**	-	**-**
Wypłata dywidendy	-	-	-	-	-	-	-	-	(60 090)	**(60 090)**	-	**(60 090)**
Kapitał z wyceny programu motywacyjnego	-	-	-	-	3 906	-	-	-	-	**3 906**	-	**3 906**
Sprzedaż akcji własnych	-	-	-	-	-	(10 710)	10 710	-	-	**-**	-	**-**
Aktywa netto przypadające udziałom niekontrolującym jednostek zależnych	-	-	-	-	-	-	-	-	(963)	**(963)**	1 013	**50**
Razem zmiany w kapitale własnym	**-**	**-**	**20 794**	**-**	**3 906**	**(10 710)**	**10 710**	**18 910**	**443**	**44 053**	**1 427**	**45 480**
Stan na dzień 30 września 2026 r.	**444**	**289 062**	**55 564**	**3 533**	**15 364**	**23 941**	**(19 291)**	**(44 512)**	**121 647**	**445 752**	**3 152**	**448 904**

: Jednostkowy rachunek wyników – wariant kalkulacyjny

Dane jednostkowe Vercom S.A. (tys. zł)	Q3 2025	Q3 2026	Zmiana	9M 2025	9M 2026	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	**58 773**	**69 514**	**18%**	**176 543**	**197 325**	**12%**
Koszty wytworzenia usług	(29 535)	(35 649)	21%	(91 471)	(100 180)	10%
Zysk brutto na sprzedaży	**29 238**	**33 865**	**16%**	**85 072**	**97 145**	**14%**
Koszty sprzedaży i marketingu	(2 090)	(2 592)	24%	(6 337)	(7 871)	24%
Koszty ogólnego zarządu	(10 167)	(8 332)	-18%	(24 922)	(24 607)	-1%
Zysk na sprzedaży	**16 981**	**22 941**	**35%**	**53 813**	**64 667**	**20%**
Pozostałe przychody operacyjne	13	13	0%	84	58	-31%
Zysk na sprzedaży niefinansowych aktywów trwałych	(4)	-	-100%	(37)	79	-
Pozostałe koszty operacyjne	(8)	-	-100%	(179)	(239)	34%
Odpisy z tytułu utraty wartości należności	(29)	87	-	594	(290)	-
Zysk na działalności operacyjnej	**16 953**	**23 041**	**36%**	**54 275**	**64 275**	**18%**
Przychody finansowe	(383)	223	-	17 708	18 915	7%
Koszty finansowe	(1 710)	(1 684)	-2%	(4 312)	(4 394)	2%
Przychody/ (Koszty) finansowe netto	(2 093)	(1 461)	-30%	13 396	14 521	8%
Zysk przed opodatkowaniem	14 860	21 580	45%	67 671	78 796	16%
Podatek dochodowy	(3 222)	(3 184)	-1%	(7 143)	(9 262)	30%
Zysk netto	11 638	18 396	58%	60 528	69 534	15%

: Jednostkowy rachunek wyników – wariant porównawczy

Dane jednostkowe Vercom S.A. (tys. zł)	Q3 2025	Q3 2026	Zmiana	9M 2025	9M 2026	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	**58 773**	**69 514**	**18%**	**176 543**	**197 325**	**12%**
Pozostałe przychody operacyjne	13	13	0%	84	58	-31%
Amortyzacja	(2 003)	(2 095)	5%	(5 972)	(6 091)	2%
Usługi obce	(34 497)	(40 709)	18%	(106 324)	(114 606)	8%
Wynagrodzenia i koszty świadczeń pracowniczych	(5 155)	(3 594)	-30%	(9 893)	(11 308)	14%
Zużycie materiałów i energii	(115)	(139)	21%	(469)	(560)	19%
Podatki i opłaty	(22)	(36)	64%	(72)	(93)	29%
Pozostałe koszty operacyjne	(8)	-	-100%	(179)	(239)	34%
Zysk na sprzedaży niefinansowych aktywów trwałych	(4)	-	-100%	(37)	79	-
Odpisy z tytułu utraty wartości należności	(29)	87	-	594	(290)	-
Zysk na działalności operacyjnej	**16 953**	**23 041**	**36%**	**54 275**	**64 275**	**18%**
Przychody/ (Koszty) finansowe netto	(2 093)	(1 461)	-30%	13 396	14 521	8%
Zysk przed opodatkowaniem	14 860	21 580	45%	67 671	78 796	16%
Podatek dochodowy	(3 222)	(3 184)	-1%	(7 143)	(9 262)	30%
Zysk netto	**11 638**	**18 396**	**58%**	**60 528**	**69 534**	**15%**

: Jednostkowy bilans – aktywa i pasywa

Dane jednostkowe Vercom S.A. (tys. zł)	31.12.2025	30.09.2026	Zmiana
Rzeczowe aktywa trwałe	1 244	894	-28%
Prawa do korzystania z aktywów	3 851	4 330	12%
Wartości niematerialne	48 371	56 437	17%
Inwestycje w jednostki zależne	410 146	415 097	1%
Pożyczki udzielone	6 489	5 862	-10%
Należności z tytułu udzielonego leasingu	631	506	-20%
Pozostałe aktywa	21	275	>999%
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	-	116	-
Aktywa trwałe	**470 753**	**483 517**	**3%**
Należności handlowe	37 116	37 283	0%
Pożyczki udzielone	1 862	1 261	-32%
Należności z tytułu udzielonego leasingu	236	244	3%
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	40 642	34 965	-14%
Pozostałe aktywa	662	1 137	72%
Aktywa obrotowe	**80 518**	**74 890**	**-7%**
Aktywa ogółem	551 271	558 407	1%
Kapitał własny	**430 030**	**443 423**	**3%**
Zobowiązania długoterminowe	66 785	61 569	-8%
- W tym m.in. zobowiązania z tytułu kredytów, pożyczek	59 304	52 511	-11%
Zobowiązania krótkoterminowe	54 456	53 415	-2%
- W tym m.in. zobowiązania z tytułu kredytów, pożyczek	16 992	15 602	-8%
Zobowiązania razem	**121 241**	**114 984**	**-5%**
Kapitał własny i zobowiązania razem	551 271	558 407	1%

: Władze Spółki



: Zarząd Vercom



Krzysztof Szyszka

CEO, Founder



Adam Lewkowicz

CTO, Founder



Tomasz Pakulski

Członek Zarządu



Indrė Sizovaitė(2)

Członek Zarządu

Lata w branży	**>25**	**>25**	**>17**	**>11**
Lata w Vercom	**>20**	**>20**	**>17**	**>8**(3)
Udział w kapitale zakładowym(1)	4,2%	5,8%	0,4%	0,1%

(1) Na dzień 30.09.2026, (2) Powołana do zarządu w dniu 09.04.2025, (3) Lata w MailerLite

: Rada Nadzorcza

Robert Stasik – Przewodniczący Rady Nadzorczej

Absolwent kierunku Zarządzanie i marketing na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu, ze specjalizacją w finansach i rachunkowości. Pełni funkcję Wiceprezesa Zarządu w Grupie cyber_Folks. Z Grupą cyber_Folks związany jest od 2010 roku, a od 2014 r. pełni rolę Dyrektora Finansowego. Odpowiada za zarządzanie finansami, relacje inwestorskie, relacje z bankami oraz procesy akwizycyjne. Doświadczenie zdobywał w działach finansowych renomowanych firm, takich jak MAN, Good Food Products oraz Samsung Electronics. W 2014 roku uzyskał tytuły Associate Chartered Management Accountant (ACMA) oraz Chartered Global Management Accountant (CGMA), nadawane przez Chartered Institute of Management Accountants.

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.

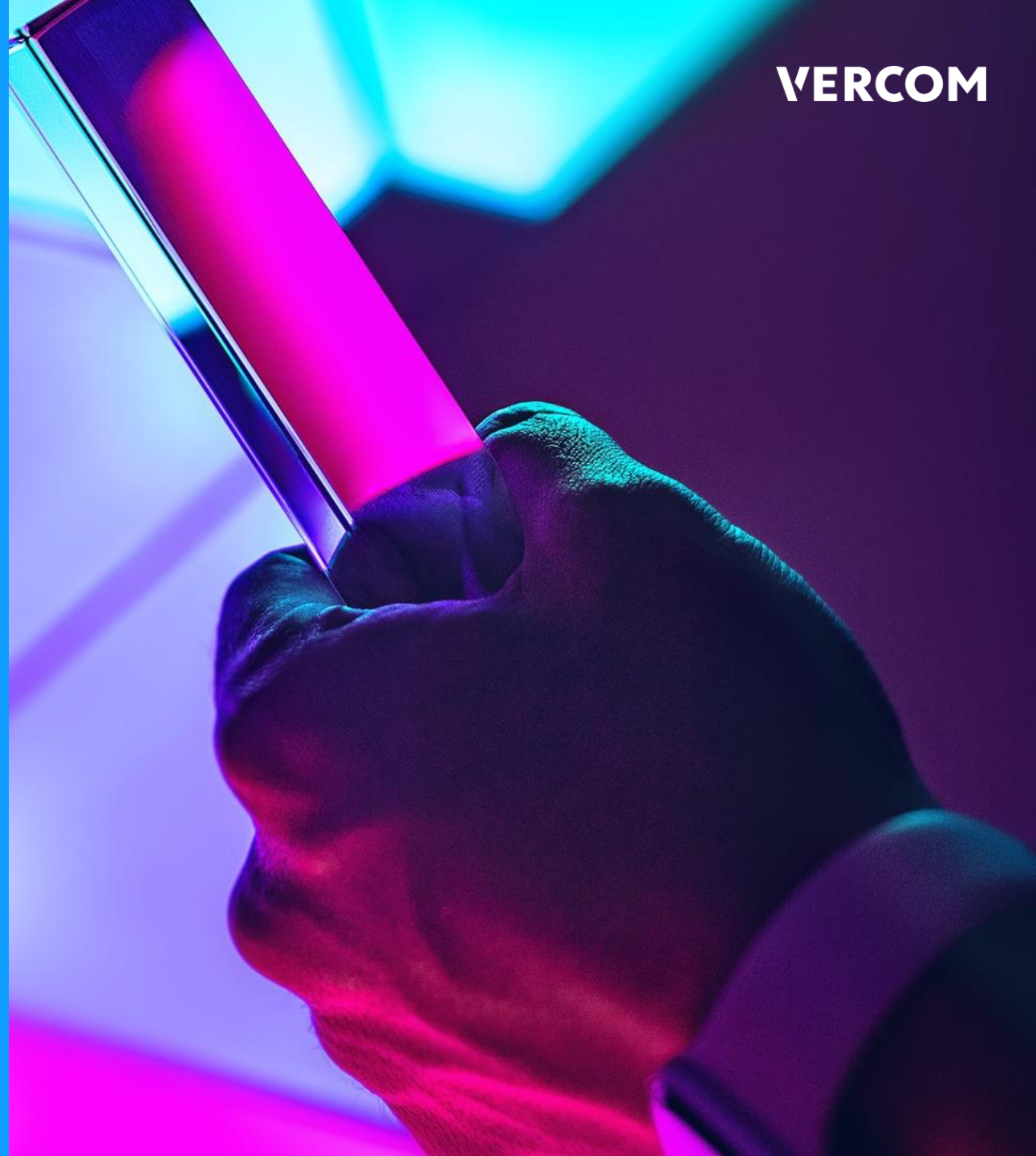
Jakub Juskowiak – Członek Rady Nadzorczej

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 Menedżer 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 agencji 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 154 600 firm oraz prywatnych przedsiębiorców na 180 rynkach, w tym takie podmioty jak IKEA, Rossmann, 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

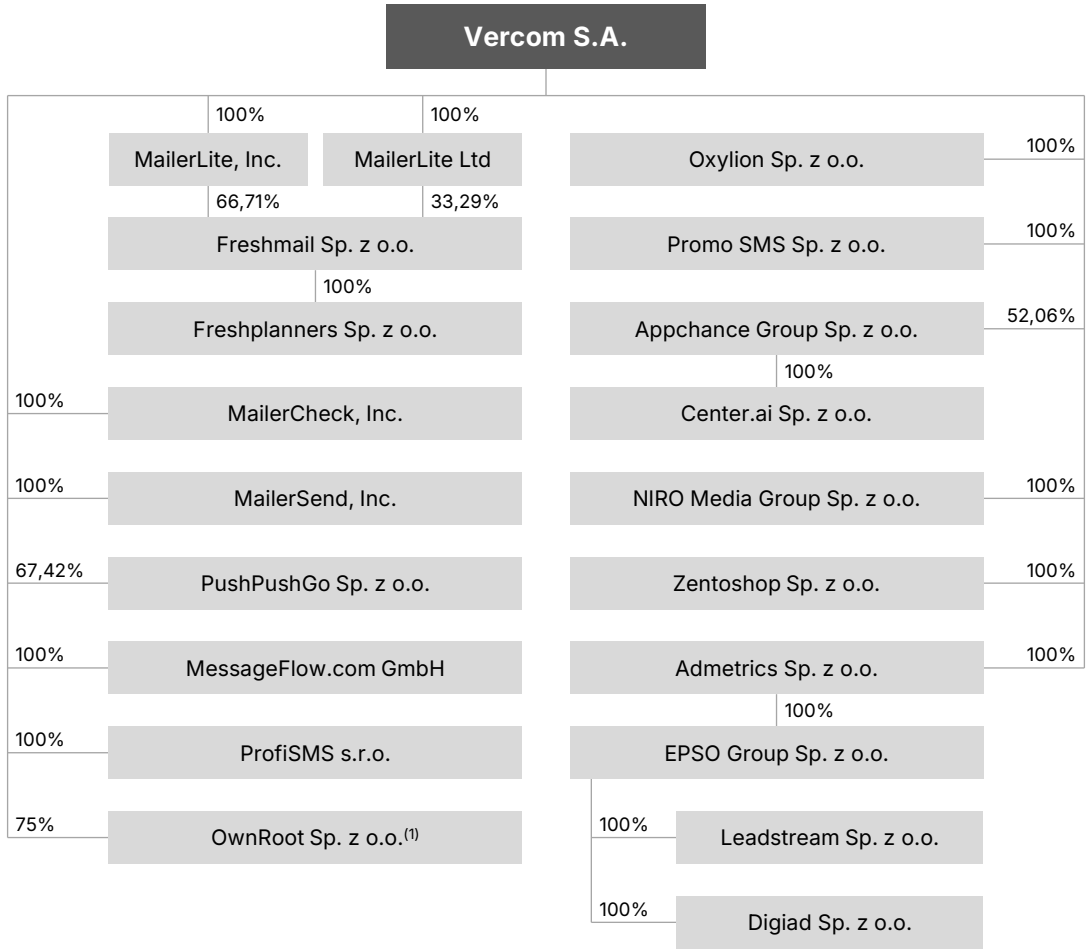
Czynniki istotne dla rozwoju Grupy oraz potencjalne ryzyka

Wśród najważniejszych czynników i ryzyk mogących mieć wpływ na sytuację finansową i rynkową Grupy w perspektywie co najmniej jednego kwartału 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 dotyczące ulgi IP Box
- Ryzyko odpowiedzialności za zobowiązania kredytowe spółek z grupy Vercom

: Struktura Grupy Vercom

Struktura Grupy Vercom na dzień 30 września 2026



(1) Spółka utworzona 4 sierpnia 2026 r.,
na dzień zatwierdzenia sprawozdania w organizacji (bez wpisu do KRS).



: Akcje i akcjonariat

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 2026			16 listopada 2026		
	Liczba akcji / głosów na WZ	% głosów na WZ	Udział w kapitale zakładowym	Liczba akcji / głosów na WZ	% głosów na WZ	Udział w kapitale zakładowym
Porozumienie: cyber_Folks S.A., p. Adam Lewkowicz, Patrimonium Fundacja Rodzinna, p. Krzysztof Szyszka, Cone Fundacja Rodzinna	9 144 186	41,46%	41,15%	9 144 186	41,45%	41,15%
PTE Allianz Polska S.A.	1 516 888	6,88%	6,83%	1 516 888	6,88%	6,83%
Fundusze zarządzane przez Nationale-Nederlanden PTE S.A.	1 460 736	6,62%	6,57%	1 460 736	6,62%	6,57%
Vercom S.A. (akcje własne)[3]	165 770	-	0,75%	163 270	-	0,73%
Pozostali	9 936 205	45,05%	44,71%	9 938 705	45,05%	44,72%
SUMA	**22 223 785**	**100,00%**	**100,00%**	**22 223 785**	**100,00%**	**100,00%**

Liczba akcji w posiadaniu Zarządu i Rady Nadzorczej

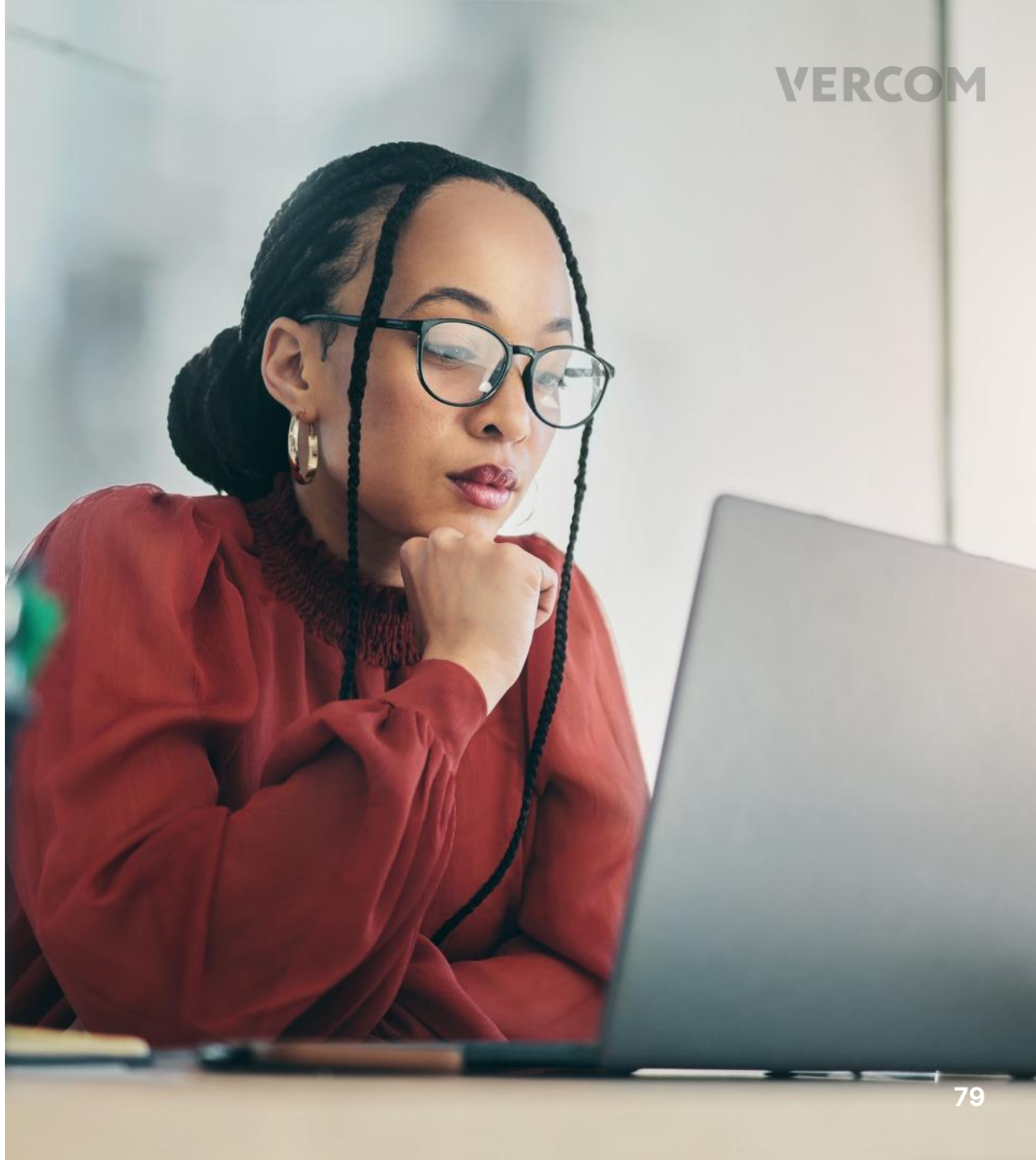
Akcjonariusz	Stanowisko	30 września 2026	16 listopada 2026
Krzysztof Szyszka[2]	Prezes Zarządu	943 684	943 684
Adam Lewkowicz[2]	Wiceprezes Zarządu	1 279 812	1 279 812
Tomasz Pakulski	Członek Zarządu	99 950	99 950
Indrė Sizovaitė	Członek Zarządu	25 000	20 000
Aleksander Duch	Członek RN	17 950	17 950

(1) Akcjonariusze posiadający co najmniej 5% liczby głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień 30 września 2026 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 (3) Zgodnie z art. 364 § 2 KSH Spółka nie wykonuje praw z akcji własnych

: Akcje i akcjonariat

Znaczące zmiany w akcjonariacie

- 1 lipca 2026 r. cyber_Folks S.A. oraz akcjonariusze Adam Lewkowicz i Krzysztof Szyszka (bezpośrednio oraz przez podmioty od nich zależne) zawarli porozumienie w sprawie zasad ładu korporacyjnego oraz wspólnego głosowania na Walnym Zgromadzeniu Spółki. Porozumienie określa sprawy wymagające jednomyślności stron oraz sprawy rozstrzygane zwykłą większością głosów.
- Na dzień 30 września 2026 r. oraz na dzień zatwierdzenia niniejszego raportu strony porozumienia posiadają łącznie 9 144 186 akcji Spółki, co stanowi 41,15% kapitału zakładowego i uprawnia do 41,46% głosów na Walnym Zgromadzeniu na dzień 30 września 2026 r. (41,45% głosów na dzień zatwierdzenia niniejszego raportu).
- W okresie od przekazania raportu za I półrocze 2026 r. do dnia zatwierdzenia niniejszego raportu nie wystąpiły zmiany w strukturze własności znacznych pakietów akcji Spółki.



: 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 wchodzą w skład prestiżowego indeksu mWIG40, który skupia 40 średnich spółek notowanych na warszawskiej giełdzie.

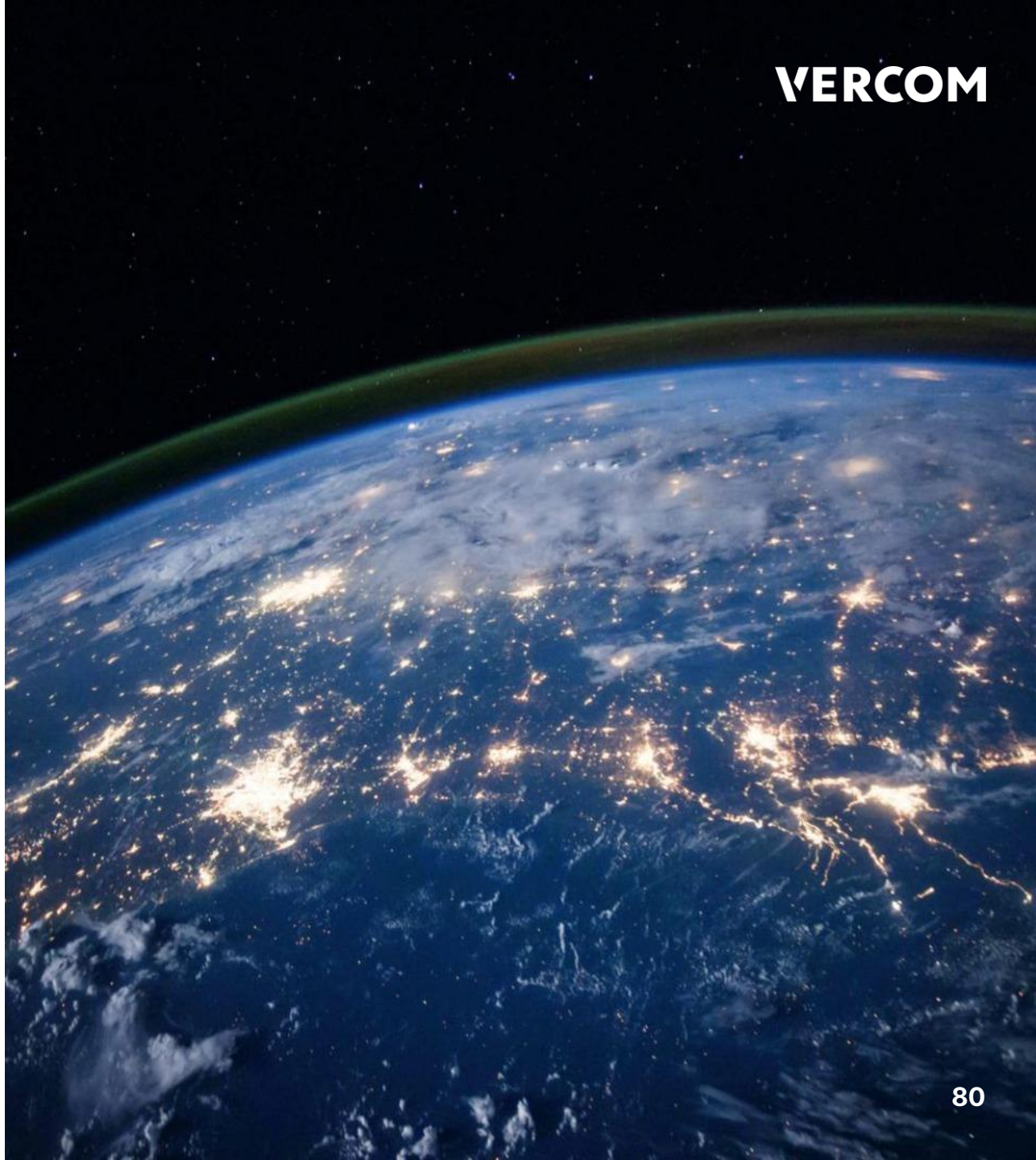
Polityka dywidendowa

6 marca 2023 r. Zarząd Vercom poinformował, że w związku z zakończeniem cyklu przejęć zapowiedzianych 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.

16 kwietnia 2026 r. Zarząd Vercom zarekomendował przeznaczenie ponad 60 mln zł na wypłatę dywidendy z zysku za 2025 rok.

18 maja 2026 r. Zwyczajne Walne Zgromadzenie Akcjonariuszy podjęło uchwałę w sprawie podziału zysku za 2025 r. i wypłaty dywidendy w wysokości 2,73 zł na akcję (łącznie 60,09 mln zł). Decyzja ZWZA była zgodna z rekomendacją Zarządu. Dywidenda została wypłacona w dniu 16 czerwca 2026 r.

Dzień uchwały	Wartość dywidendy	Dywidenda na akcję
23.06.2023	25,0 mln zł	1,13 zł
16.05.2024	35,4 mln zł	1,60 zł
07.05.2025	45,0 mln zł	2,03 zł
18.05.2026	60,1 mln zł	2,73 zł



: Program motywacyjny

Kluczowe założenia programu motywacyjnego (ESOP)

W dniu 7 maja 2025 r. 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)

Koszt programu motywacyjnego

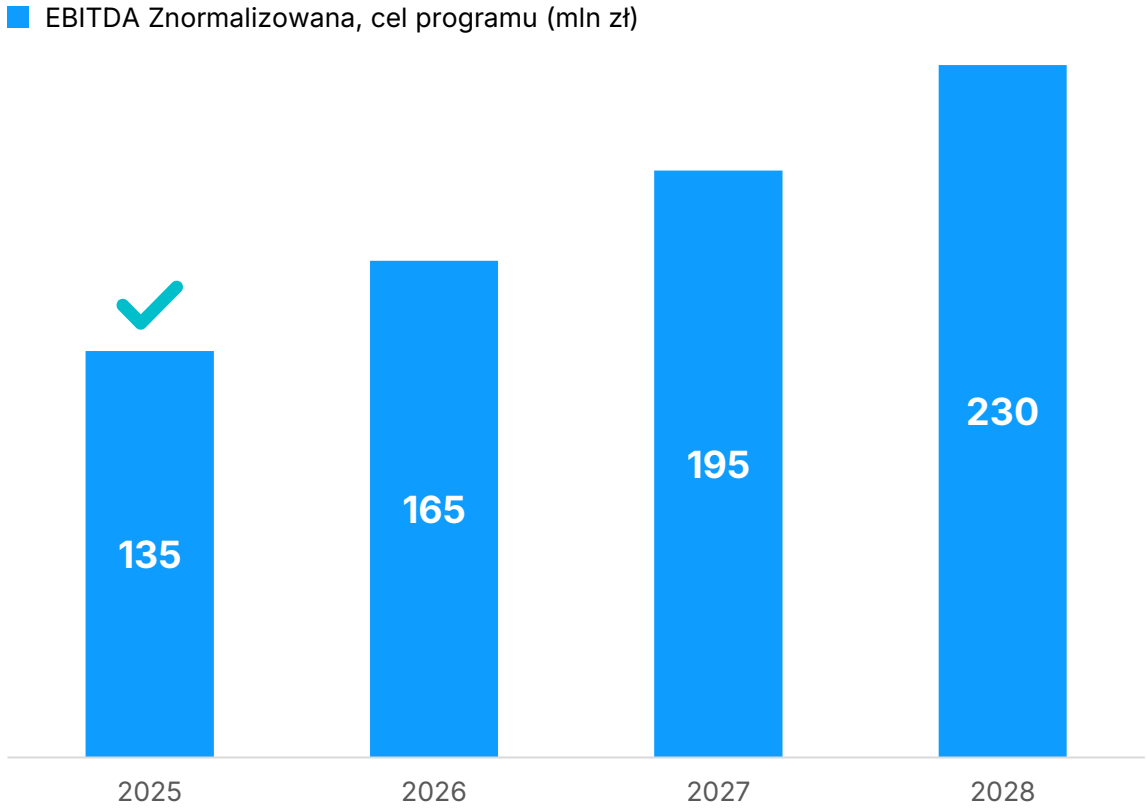
2025	2026	2027	2028
7 454 tys. zł	5 208 tys. zł	2 542 tys. zł	1 023 tys. zł

- 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.

Cele programu motywacyjnego

Warunki realizacji:

- Osiągnięcie celu wynikowego (EBITDA Znormalizowana)
- Osiągnięcie celów indywidualnych
- Spełnienie kryterium lojalnościowego (co najmniej 12 miesięcy zatrudnienia)



: Inne informacje

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 PLN, 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 sp. j. 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 wydanie 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 powyższej kary umownej Komornik Sądowy przy Sądzie Rejonowym w Mikołowie wszczął postępowanie egzekucyjne z nieruchomości będących własnością wspólników SOPOL Solewodzińscy sp. j. Ponadto Grupa Vercom posiada wpisaną hipotekę przymusową w kwocie 1 396 208,04 zł na nieruchomości będącej własnością SOPOL Solewodzińscy sp. j. tytułem zabezpieczenia roszczeń z tytułu powyższej kary umownej.

Zatrudnienie

W okresie 9 miesięcy zakończonym 30 września 2026 r. w Grupie Vercom zatrudnionych było średnio 171 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 2026 r. Spółka nie zawarła 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. Wierzbięcice 1B
61-569 Poznań

Sprawozdanie Zarządu z Działalności Vercom S.A. oraz
Grupy Kapitałowej zostało zatwierdzone 16 listopada 2026 r.

Krzysztof Szyszka	**Adam Lewkowicz**	**Tomasz Pakulski**	**Indrė Sizovaitė**
Prezes Zarządu	Wiceprezes Zarządu	Członek Zarządu	Członek Zarządu