



**Woodpecker.co S.A.**

**Skrócone śródroczne sprawozdanie finansowe  
za okres 6 miesięcy  
zakończony 30 czerwca 2025 roku**

Wrocław, 10 września 2025 r.

**SPIS TREŚCI**

<b>SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW .....</b>	<b>4</b>
<b>SPRAWOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJ .....</b>	<b>5</b>
<b>SPRAWOZDANIE Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH .....</b>	<b>5</b>
<b>SPRAWOZDANIE ZE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM .....</b>	<b>7</b>
<b>1. INFORMACJE OGÓLNE.....</b>	<b>9</b>
1.1 DANE PODSTAWOWE .....	9
1.2 SKŁAD ZARZĄDU I RADY NADZORCZEJ SPÓŁKI .....	9
1.3 DANE DOTYCZĄCE JEDNOSTKI DOMINUJĄCEJ ORAZ JEDNOSTEK ZALEŻNYCH I STOWARZYSZONYCH.....	9
1.4 PODSTAWA SPORZĄDZENIA SKRÓCONEGO ŚRÓDROCZNEGO SPRAWOZDANIA FINANSOWEGO .....	10
1.5 WAŻNE SZACUNKI I OSĄDY .....	10
1.6 WPLYW NOWYCH STANDARDÓW I INTERPRETACJI .....	11
1.7 ZNACZĄCE WYDARZENIA I TRANSAKCJE W OKRESIE DO 30 CZERWCA 2025 .....	12
1.8 WALUTA FUNKCJONALNA I TRANSAKCJE W WALUTACH OBCYCH.....	13
<b>2. NOTY OBJAŚNIAJĄCE DO SPRAWOZDANIA Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW .....</b>	<b>14</b>
2.1 PRZYCHODY Z UMÓW Z KLIENTAMI .....	14
2.2 ZOBOWIĄZANIA Z TYTUŁU UMÓW .....	14
2.3 INNE PRZYCHODY I KOSZTY OPERACYJNE.....	15
2.4 PRZYCHODY I KOSZTY FINANSOWE .....	15
2.5 KOSZT WYTWORZENIA NA WŁASNE POTRZEBY.....	16
<b>3. NOTY OBJAŚNIAJĄCE DOTYCZĄCE OPODATKOWANIA .....</b>	<b>17</b>
3.1 PODATEK DOCHODOWY .....	17
<b>4. NOTY OBJAŚNIAJĄCE DO SPRAWOZDANIA Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH ORAZ INFORMACJE DOTYCZĄCE ZADŁUŻENIA .....</b>	<b>19</b>
4.1 POLITYKA ZARZĄDZANIA KAPITAŁEM I ZADŁUŻENIE NETTO .....	19
4.2 KAPITAŁ WŁASNY .....	20
4.3 ZOBOWIĄZANIA Z TYTUŁU LEASINGU .....	20
4.4 ŚRODKI PIENIĘŻNE I ICH EKWIWALENTY .....	22
<b>5. INSTRUMENTY FINANSOWE I ZARZĄDZANIE RYZYKIEM FINANSOWYM .....</b>	<b>23</b>
5.1 INSTRUMENTY FINANSOWE I WARTOŚĆ GODZIWA .....	23
5.2 NALEŻNOŚCI HANDLOWE I POZOSTAŁE AKTYWA FINANSOWE .....	23
5.3 ZOBOWIĄZANIA HANDLOWE I POZOSTAŁE ZOBOWIĄZANIA FINANSOWE.....	23
5.4 ZARZĄDZANIE RYZYKIEM FINANSOWYM .....	24
5.4.1 Zasady zarządzania ryzykiem finansowym .....	24
5.4.2 Ryzyko kredytowe .....	24
5.4.3 Ryzyko utraty płynności finansowej.....	25
5.4.4 Ryzyko walutowe .....	26
5.4.5 Ryzyko stóp procentowych.....	27
<b>6. NOTY OBJAŚNIAJĄCE DO SPRAWOZDANIA Z SYTUACJI FINANSOWEJ .....</b>	<b>28</b>
6.1 WARTOŚCI NIEMATERIALNE .....	28
6.2 RZECZOWE AKTYWA TRWAŁE .....	43
6.3 AKTYWA Z TYTUŁU PRAWA DO UŻYTKOWANIA.....	43
6.4 POZOSTAŁE AKTYWA NIEFINANSOWE.....	43
6.5 POZOSTAŁE ZOBOWIĄZANIA NIEFINANSOWE.....	44
6.6 REZERWA NA ŚWIADCZENIA PRACOWNICZE I POZOSTAŁE REZERWY .....	44
<b>7. POZOSTAŁE NOTY OBJAŚNIAJĄCE.....</b>	<b>45</b>
7.1 ZYSK NA AKCJĘ .....	45
7.2 TRANSAKCJE Z JEDNOSTKAMI POWIĄZANYMI.....	46
7.3 WYNAGRODZENIE I POZOSTAŁE TRANSAKCJE Z KLUCZOWYM PERSONELEM KIEROWNICZYM .....	47
7.4 KOSZTY ŚWIADCZEŃ PRACOWNICZYCH .....	47

7.5	ZOBOWIĄZANIA WARUNKOWE .....	47
7.6	WPLYW AGRESJI ZBROJNEJ ROSJI NA UKRAINĘ NA DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZĄ SPÓŁKI .....	48
7.7	ZDARZENIA PO DACIE BILANSOWEJ .....	48
<b>ZATWIERDZENIE SKRÓCONEJ ŚRÓDROCZNEJ INFORMACJI FINANSOWYCH .....</b>		<b>49</b>

SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW

DZIAŁALNOŚĆ KONTYNUOWANA	Nota	6 miesięcy do 30 czerwca 2025	6 miesięcy do 30 czerwca 2024
<b>Przychody z umów z klientami</b>	2.1	<b>9 425</b>	<b>11 815</b>
Amortyzacja		(1 979)	(1 789)
Zużycie materiałów i energii		(82)	(72)
Usługi obce		(7 671)	(8 992)
Podatki i opłaty		(37)	(67)
Koszty świadczeń pracowniczych	7.4	(2 492)	(3 039)
Pozostałe koszty		(25)	(26)
Koszt wytworzenia na własne potrzeby	2.5	1 697	2 499
Inne przychody operacyjne	2.3	276	19
Inne koszty operacyjne	2.3	(95)	(7)
<b>Zysk z działalności operacyjnej</b>		<b>(983)</b>	<b>341</b>
Przychody finansowe	2.4	1	14
Koszty finansowe	2.4	(101)	(135)
<b>Przychody / (koszty) finansowe netto</b>		<b>(100)</b>	<b>(121)</b>
<b>Zysk przed opodatkowaniem</b>		<b>(1 083)</b>	<b>220</b>
Podatek dochodowy	3.1	34	(19)
<b>Zysk netto z działalności kontynuowanej</b>		<b>(1 049)</b>	<b>201</b>
<b>Zysk netto</b>		<b>(1 049)</b>	<b>201</b>

INNE CAŁKOWITE DOCHODY	Nota	6 miesięcy do 30 czerwca 2025	6 miesięcy do 30 czerwca 2024
<b>Niepodlegające reklasyfikacji do wyniku finansowego</b>		-	-
Zyski/straty z tytułu przeszacowania rezerw na świadczenia pracownicze		-	-
<b>Podlegające reklasyfikacji do wyniku finansowego</b>		-	-
Część zysków lub strat związanych z instrumentem zabezpieczającym, stanowiącą efektywne zabezpieczenie		-	-
Podatek dochodowy od innych całkowitych dochodów		-	-
Część zysków lub strat odniesiona w wynik finansowy okresu		-	-
Część zysków lub strat odniesiona w wynik finansowy okresu - podatek		-	-
<b>Razem inne całkowite dochody</b>		-	-
<b>CAŁKOWITE DOCHODY OGÓŁEM</b>		<b>(1 049)</b>	<b>201</b>

<b>Zysk podstawowy na akcję (PLN) - działalność kontynuowana</b>	7.1	<b>(0,19)</b>	<b>0,04</b>
<b>Zysk rozwodniony na akcję (PLN) - działalność kontynuowana</b>	7.1	<b>(0,19)</b>	<b>0,04</b>

SPRAWOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJ

AKTYWA	Nota	Stan na dzień 30 czerwca 2025	Stan na dzień 31 grudnia 2024
Wartości niematerialne	6.1	13 745	13 576
Rzeczowe aktywa trwałe	6.2	85	208
Aktywa z tytułu prawa do użytkowania	6.3	854	1 322
Pozostałe aktywa finansowe	5.2	-	-
Pozostałe aktywa niefinansowe	6.4	98	73
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	3.1	316	295
<b>Aktywa trwałe</b>		<b>15 098</b>	<b>15 474</b>
Należności handlowe	5.2	1	13
Pozostałe aktywa finansowe	5.2	-	-
Pozostałe aktywa niefinansowe	6.4	586	611
Należności z tytułu bieżącego podatku dochodowego		-	-
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	4.4	304	1 306
<b>Aktywa obrotowe</b>		<b>891</b>	<b>1 930</b>
<b>Aktywa razem</b>		<b>15 989</b>	<b>17 404</b>

KAPITAŁ WŁASNY I ZOBOWIĄZANIA	Nota	Stan na dzień 30 czerwca 2025	Stan na dzień 31 grudnia 2024
Kapitał zakładowy	4.2	500	500
Kapitał zapasowy		11 217	11 073
Kapitał rezerwowy		124	80
Zyski / (Straty) z lat ubiegłych		238	238
Zysk / (Strata) netto		(1 049)	144
<b>Kapitał własny razem</b>		<b>11 030</b>	<b>12 035</b>
Rezerwy pracownicze	6.6	16	16
Rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego	3.1	386	399
Zobowiązania z tytułu leasingu	4.3	288	407
<b>Zobowiązania długoterminowe</b>		<b>690</b>	<b>822</b>
Pozostałe rezerwy	6.6	26	179
Zobowiązania z tytułu leasingu	4.3	615	980
Zobowiązania handlowe	5.3	1 218	1 385
Pozostałe zobowiązania niefinansowe	6.5	692	738
Pozostałe zobowiązania finansowe	5.3	320	-
Zobowiązania z tytułu bieżącego podatku dochodowego		-	-
Zobowiązania z tytułu umów	2.2	1 398	1 265
<b>Zobowiązania krótkoterminowe</b>		<b>4 269</b>	<b>4 547</b>
<b>Zobowiązania razem</b>		<b>4 959</b>	<b>5 369</b>
<b>Kapitał własny i zobowiązania razem</b>		<b>15 989</b>	<b>17 404</b>

SPRAWOZDANIE Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH

Nota	6 miesięcy do 30 czerwca 2025	6 miesięcy do 30 czerwca 2024
------	----------------------------------	----------------------------------

<b>Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej</b>		
Zysk przed opodatkowaniem	(1083)	220
<b>Korekty:</b>		
Amortyzacja	1 979	1 789
(Zyski) / Straty z tytułu odsetek	40	55
Podatek dochodowy	-	171
<b>Zmiany w kapitale obrotowym:</b>		
Rezerwy na świadczenia pracownicze	(153)	(49)
Należności handlowe	12	(12)
Pozostałe aktywa niefinansowe	25	698
Zobowiązania handlowe	(167)	(531)
Pozostałe zobowiązania niefinansowe	(46)	(236)
Zobowiązania z tytułu umów	133	140
Koszt płatności w formie akcji (program motywacyjny)	43	37
<b>Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej</b>	<b>783</b>	<b>2 282</b>
<b>Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej</b>		
Wpływy ze zbycia aktywów finansowych	-	-
Nabycie rzeczowych aktywów trwałych oraz wartości niematerialnych	(1 555)	(2 514)
Wydatki na aktywa finansowe	-	-
<b>Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej</b>	<b>(1 555)</b>	<b>(2 514)</b>
<b>Przepływy pieniężne z działalności finansowej</b>		
Płatności zobowiązań z tytułu leasingu	(510)	(513)
Wpływy z tytułu kredytów i pożyczek	320	
Odsetki zapłacone	(40)	(55)
<b>Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej</b>	<b>(230)</b>	<b>(568)</b>
<b>Przepływy pieniężne netto razem</b>	<b>(1 002)</b>	<b>(800)</b>
<b>Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na początek okresu</b>	<b>1 306</b>	<b>2 648</b>
Różnice kursowe od środków pieniężnych i ich ekwiwalentów	-	-
<b>Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na koniec okresu</b>	<b>304</b>	<b>1 848</b>
<b>Stan środków pieniężnych wykazane w sprawozdaniu z sytuacji finansowej</b>	<b>304</b>	<b>1 848</b>
<i>środki pieniężne o ograniczonej możliwości dysponowania</i>	13	

SPRAWOZDANIE ZE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM

	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy	Kapitał rezerwowy	Zyski / (Straty) z lat ubiegłych	Zysk / (Strata) netto	Kapitał własny razem
1 stycznia 2025	500	11 073	80	382	-	12 035
Przeniesienie wyniku z lat ubiegłych do zysków (strat) z lat ubiegłych						-
Zysk / (strata) netto za okres					(1 049)	(1 049)
Inne całkowite dochody za okres						-
Całkowite dochody ogółem za okres	-	-	-	-	(1 049)	(1 049)
Podwyższenie kapitału podstawowego						-
Umorzenie udziałów własnych						-
Podział wyniku		144		(144)		-
Przeniesienie kapitału rezerwowego na zapasowy						-
Dywidendy						-
Płatności w formie akcji			44			44
30 czerwca 2025	500	11 217	124	238	(1 049)	11 030

**Woodpecker.co S.A.**

Skrócone śródroczne sprawozdanie finansowe za okres 6 miesięcy zakończony 30 czerwca 2025 roku

Kwoty w tysiącach złotych, o ile nie podano inaczej

	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy	Kapitał rezerwowy	Zyski / (Straty) z lat ubiegłych	Zysk / (Strata) netto	Kapitał własny razem
<b>1 stycznia 2024</b>	<b>500</b>	<b>8 983</b>	<b>-</b>	<b>2 328</b>	<b>-</b>	<b>11 811</b>
Przeniesienie wyniku z lat ubiegłych do zysków (strat) z lat ubiegłych						-
Zysk / (strata) netto za okres					201	201
Inne całkowite dochody za okres						-
<b>Całkowite dochody ogółem za okres</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>201</b>	<b>201</b>
Podwyższenie kapitału podstawowego						-
Umorzenie udziałów własnych						-
Podział wyniku		2 090		(2 090)		-
Przeniesienie kapitału rezerwowego na zapasowy						-
Dywidendy						-
Płatności w formie akcji			37			37
<b>30 czerwca 2024</b>	<b>500</b>	<b>11 073</b>	<b>37</b>	<b>238</b>	<b>201</b>	<b>12 049</b>

---

## 1. INFORMACJE OGÓLNE

---

### 1.1 Dane podstawowe

---

<b>Nazwa</b>	Woodpecker.co S.A. („Woodpecker.co”, „Spółka”)
<b>Siedziba</b>	ul. Krakowska 29D, 50-424 Wrocław
<b>Rejestracja</b>	Sąd Rejonowy dla Wrocławia-Fabrycznej we Wrocławiu, VI Wydział Gospodarczy KRS
<b>KRS</b>	0000896179
<b>NIP</b>	899-27-69-178

Spółka została utworzona Aktem Notarialnym z dnia 07 maja 2015 roku. Spółka została utworzona na czas nieokreślony.

Przedmiotem działalności Spółki jest głównie produkcja oraz dystrybucja oprogramowania jako usługi dostępnej online.

---

### 1.2 Skład Zarządu i Rady Nadzorczej Spółki

---

Na dzień 30 czerwca 2025 roku i do dnia publikacji niniejszego sprawozdania finansowego skład Zarządu przedstawiał się następująco:

- Małgorzata Sikora - Prezes Zarządu,
- Maciej Cieśla - Wiceprezes Zarządu,
- Adam Biel - Członek Zarządu.

Na dzień 30 czerwca 2025 roku i do dnia publikacji niniejszego sprawozdania finansowego w skład Rady Nadzorczej Spółki wchodził:

- Marcin Kuśmierz - Przewodniczący Rady Nadzorczej,
- Bartosz Lis - Członek Rady Nadzorczej,
- Jakub Cieśla - Członek Rady Nadzorczej,
- Mateusz Tarczyński - Członek Rady Nadzorczej,
- Andrzej Nykiel - Członek Rady Nadzorczej.

Na dzień 30 czerwca 2025 roku i do dnia publikacji niniejszego sprawozdania finansowego w skład Komitetu Audytu Spółki wchodził:

- Bartosz Lis - Przewodniczący Komitetu Audytu,
- Andrzej Nykiel- Członek Komitetu Audytu,
- Jakub Cieśla- Członek Komitetu Audytu.

---

### 1.3 Dane dotyczące jednostki dominującej oraz jednostek zależnych i stowarzyszonych

---

Według stanu na dzień bilansowy, tj. 30 czerwca 2025 roku, Woodpecker.co S.A. nie była w sposób pośredni lub bezpośredni kontrolowana przez inny podmiot.

Ponadto Spółka nie posiada udziałów w jednostkach zależnych i stowarzyszonych.

---

#### **1.4 Podstawa sporządzenia Skróconego śródrocznego sprawozdania finansowego**

---

Niniejsze Skrócone śródroczne sprawozdanie finansowe obejmuje okres 6 miesięcy zakończonych 30 czerwca 2025 roku i zostało sporządzone zgodnie z wymogami Międzynarodowego Standardu Rachunkowości 34 „Śródroczna Sprawozdawczość Finansowa”, który został zatwierdzony przez Unię Europejską („MSR 34”) oraz zgodnie z pozostałymi MSR i MSSF mającymi zastosowanie.

Skrócone śródroczne sprawozdanie finansowe nie zawiera wszystkich informacji wymaganych dla pełnego rocznego sprawozdania finansowego i powinno być czytane łącznie ze sprawozdaniem finansowym Spółki za rok 2024.

Skrócone śródroczne sprawozdanie finansowe zostało sporządzone w oparciu o zasadę kosztu historycznego.

W działalności Spółki nie występuje sezonowość lub cykliczność działalności.

Zarząd Woodpecker.co oświadcza, że wedle jego najlepszej oceny, niniejsze Skrócone śródroczne sprawozdanie finansowe zostało sporządzone zgodnie z obowiązującymi zasadami rachunkowości oraz odzwierciedla w sposób prawdziwy, rzetelny i jasny sytuację majątkową i finansową Spółki.

Opis stosowanych zasad rachunkowości będących podstawą sporządzenia niniejszego Skróconego śródrocznego sprawozdania finansowego został przedstawiony w poszczególnych notach objaśniających. Zasady te stosowane były w sposób ciągły we wszystkich prezentowanych okresach.

W okresie sprawozdawczym Spółka nie dokonała korekty błędów.

Skrócone śródroczne sprawozdanie finansowe zostało sporządzone przy założeniu kontynuacji działalności gospodarczej Spółki w niezmienionej formie i zakresie w dającej się przewidzieć przyszłości. Zarząd Woodpecker.co nie stwierdza na dzień zatwierdzenia niniejszego Skróconego śródrocznego sprawozdania finansowego faktów i okoliczności wskazujących na zagrożenie kontynuacji działalności w dającej się przewidzieć przyszłości.

---

#### **1.5 Ważne szacunki i osądy**

---

Sporządzenie Skróconego śródrocznego sprawozdania finansowego zgodnie z MSSF wymaga zastosowania istotnych szacunków księgowych. Oszacowania i założenia poddaje się nieustannej weryfikacji na podstawie dotychczasowych doświadczeń oraz innych czynników, w tym przewidywań co do przyszłych zdarzeń, które w danej sytuacji wydają się zasadne. Spółka dokonuje oszacowań i przyjmuje założenia dotyczące przyszłości. Uzyskane w ten sposób oszacowania księgowe z definicji rzadko będą pokrywać się z faktycznymi rezultatami.

W okresie sprawozdawczym zakończonym 30 czerwca 2025 roku nie uległy zmianie oszacowania i założenia, na których oparte są istotne szacunki księgowe mające zastosowanie przy sporządzaniu sprawozdania finansowego za rok 2024.

Oszacowania i założenia, które niosą za sobą znaczące ryzyko konieczności wprowadzenia istotnej korekty wartości sprawozdawczych aktywów i zobowiązań w trakcie kolejnego okresu sprawozdawczego, omówiono w poszczególnych notach objaśniających do Skróconego śródrocznego sprawozdania finansowego.

Pozycje Skróconego śródrocznego sprawozdania finansowego, których dotyczą ważne szacunki i osądy	Nota
Przychody z umów z klientami	2.1
Zobowiązania z tytułu umów	2.2
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	3.1
Zobowiązania/należności z tytułu podatków	3.1
Zobowiązania z tytułu leasingu	4.3
Aktywa finansowe wyceniane w zamortyzowanym koszcie	5.1
Należności handlowe	5.2
Wartości niematerialne	6.1
Rzeczowe aktywa trwałe	6.2
Aktywa z tytułu prawa do użytkowania	6.3
Rezerwy pracownicze	6.6

### 1.6 Wpływ nowych standardów i interpretacji

Niniejsze śródroczne skrócone sprawozdanie finansowe zostało sporządzone zgodnie z Międzynarodowym Standardem Rachunkowości nr 34 „Śródroczna sprawozdawczość finansowa”. Zasady (polityka) rachunkowości zastosowane do sporządzenia niniejszego raportu są spójne z tymi, które zastosowano przy sporządzaniu sprawozdania finansowego za rok zakończony w dniu 31 grudnia 2024 roku z wyjątkiem zastosowania zmian standardów oraz nowych interpretacji obowiązujących dla okresów rocznych rozpoczynających się w dniu lub po 1 stycznia 2025 roku:

- a. MSSF 18 Prezentacja i ujawnienia w sprawozdaniach finansowych (opublikowany 9 kwietnia 2024 roku) – do dnia zatwierdzenia niniejszego sprawozdania finansowego niezatwierdzony przez UE – mający zastosowanie dla okresów rocznych rozpoczynających się dnia 1 stycznia 2027 roku lub później;
- b. MSSF 19 Jednostki zależne niepodlegające wymogom nadzoru publicznego: ujawnianie informacji (opublikowany 9 maja 2024) do dnia zatwierdzenia niniejszego sprawozdania finansowego niezatwierdzony przez UE – mający zastosowanie dla okresów rocznych rozpoczynających się dnia 1 stycznia 2027 roku lub później;
- c. Zmiany w MSSF 9 i MSSF 7 Umowy odnoszące się do energii elektrycznej zależnej od natury (opublikowane 18 grudnia 2024 roku) – mający zastosowanie dla okresów rocznych rozpoczynających się dnia 1 stycznia 2026 roku lub później;
- d. Tom 11 corocznych ulepszeń do MSR/MSSF (opublikowany 18 lipca 2024 roku) – mający zastosowanie dla okresów rocznych rozpoczynających się dnia 1 stycznia 2026 roku lub później;
- e. Zmiany do MSSF 9 i MSSF 7: Klasyfikacja i wycena instrumentów finansowych (wydany 30 maja 2024 roku) – mający zastosowanie dla okresów rocznych rozpoczynających się dnia 1 stycznia 2026 roku lub później.

Spółka zdecydowała się rozpocząć stosowanie nowych standardów oraz zmian do istniejących standardów zgodnie z określoną w nich datą wejścia w życie, tj. nie zdecydowała się na wcześniejsze zastosowanie powyższych zmian. Nie oczekuje się, aby powyższe zmiany miały znaczący wpływ na sprawozdanie finansowe Spółki.

## 1.7 Znaczące wydarzenia i transakcje w okresie sześciu miesięcy do 30 czerwca 2025

---

Na sytuację finansową i wyniki Spółki szczególny wpływ miały następujące zdarzenia i transakcje w okresie sześciu miesięcy do 30 czerwca 2025 r:

W styczniu 2025 roku w Spółce przeprowadzony został coroczny audyt oprogramowania (Cloud Application Security Assessment) przeprowadzany przez firmę audytorską aprobowaną przez Google.

W obszarze produktowym, w pierwszym półroczu 2025 Spółka wprowadziła kilka istotnych zmian i innowacji w szczególności ukierunkowanych na zwiększenie wartości produktu dla klientów o większych wymaganiach operacyjnych:

- API documentation – Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom bardziej zaawansowanych użytkowników, w szczególności klientów agencyjnych, Spółka zakończyła prace nad nową dokumentacją do publicznego API.
- Dedykowane serwery – W odpowiedzi na potrzeby bardziej zaawansowanych użytkowników, w tym przede wszystkim agencji operujących na dużą skalę, Spółka wprowadziła możliwość korzystania z dedykowanych serwerów do obsługi kampanii e-mailowych.
- Campaign reports – Spółka wprowadziła nową sekcję w aplikacji, która umożliwia zagregowany wgląd w skuteczność prowadzonych kampanii cold email.
- LinkedIn „silent release” - Pod koniec pierwszego półrocza 2025 roku Spółka wprowadziła do aplikacji natywną integrację z LinkedIn, udostępnioną w tzw. trybie „silent release” – funkcja jest już widoczna dla użytkowników w interfejsie, jednak pełne wdrożenie z procesem onboardingowym planowane jest w najbliższych tygodniach.

W obszarze marketingu i sprzedaży, w pierwszym półroczu 2025 roku Spółka koncentrowała się na stymulowaniu zainteresowania aplikacją Woodpecker:

- W nawiązaniu do pozytywnych wyników działań prowadzonych w poprzednich kwartałach, Spółka zdecydowała się nadal zwiększać intensywność aktywności na platformie LinkedIn..
- W czerwcu 2025 roku Spółka wprowadziła istotną zmianę w zakresie widoczności Knowledge base – zbioru artykułów wyjaśniających sposób działania aplikacji oraz jej funkcjonalności, szczególnie przydatnych dla nowych użytkowników.
- W drugim kwartale 2025 roku Spółka rozpoczęła również prace nad nowym, wysokiej jakości kursem wideo poświęconym cold email, dostosowanym do aktualnych realiów rynkowych. Kurs będzie składał się z modułów wspierających zarówno nowych, jak i obecnych użytkowników w skutecznym rozpoczęciu oraz skalowaniu kampanii cold email w aplikacji Woodpecker.
- Równolegle, w ramach osobnego projektu, Spółka nawiązała współpracę z Coldlytics – narzędziem dedykowanym właścicielom agencji – w celu przygotowania specjalistycznego kursu online dla tej niszy.
- W pierwszym półroczu 2025 roku Spółka wprowadziła również zmiany w zasadach działania programu afiliacyjnego. Zmieniono sposób naliczania prowizji – od tego momentu prowizje przysługują wyłącznie od podstawowych usług oferowanych przez Woodpecker. Wprowadzono nowe zasady wypłaty prowizji – każda wypłata musi nastąpić w ciągu 12 miesięcy od sprzedaży, z której dana prowizja została naliczona.

- Zostały wprowadzone zmiany w sekcji cennika oraz kalkulatora cenowego dostępnego na stronie internetowej.
- Zgodnie z ogólnym kierunkiem wyznaczonym w poprzednich kwartałach, Spółka kontynuowała działania w ramach tzw. aktywności operacyjnych (business as usual). Obejmują one m.in. regularne wydawanie newslettera, prowadzenie kampanii reklamowych w różnych formatach, publikację materiałów wideo na platformie YouTube, a także tworzenie i optymalizację treści pod kątem wyszukiwarek internetowych (SEO). Działania te są stale udoskonalane i dostosowywane do aktualnych potrzeb odbiorców oraz zmieniających się warunków rynkowych.

Analiza skutków agresji zbrojnej Rosji na Ukrainę w kontekście wpływu na działalność Spółki została zaprezentowana w nocie 7.6.

## 1.8 Waluta funkcjonalna i transakcje w walutach obcych

Walutą funkcjonalną Spółki oraz walutą prezentacji niniejszym Skróconym śródrocznym sprawozdaniu finansowym jest złoty polski (PLN).

Niniejsze Skrócone śródroczne sprawozdanie finansowe jest przedstawiona w tysiącach złotych, o ile nie wskazano inaczej.

Na potrzeby przeliczenia transakcji i sald wyrażonych w walutach obcych zastosowane zostały następujące kursy wymiany:

	Kurs wymiany na dzień sprawozdawczy	
	30 czerwca 2025	31 grudnia 2024
USD	3,6164	4,1012
EUR	4,2419	4,2730

	Kurs średni w okresie	
	6 miesięcy do 30 czerwca 2025	6 miesięcy do 30 czerwca 2024
USD	3,8422	3,9979
EUR	4,2208	4,3109

## 2. NOTY OBJAŚNIAJĄCE DO SPRAWOZDANIA Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW

### 2.1 Przychody z umów z klientami

#### Charakterystyka kluczowych grup produktów i usług

Spółka sprzedaje jeden produkt w formie usługi subskrypcyjnej w modelu SaaS (ang. Software as a Service). Produkt spółki w okresie od 01-11.2024 oferowany był w 3 wariantach:

- Cold e-mail – asystent realizacji kampanii mailowych;
- Sales Assistant - asystent realizacji kampanii mailowych wzbogacony o dodatkowe formy komunikacji m.in. za pośrednictwem SMS czy portali społecznościowych;
- Agency – asystent realizacji kampanii mailowych skierowany do agencji reklamowych. Umożliwia prowadzenie jednocześnie wielu kampanii dla różnych klientów z poziomu jednej aplikacji.

W odpowiedzi na zmieniające się potrzeby rynku oraz w dążeniu do zwiększenia efektywności i prostoty obsługi, pod koniec 2024 roku Spółka postanowiła skonsolidować dotychczasowe produkty w jedno kompleksowe rozwiązanie typu all-in-one, skupiając się na głównym, dotychczasowym produkcie - Cold Email. To połączenie pozwala na zakup podstawowej wersji produktu oraz stopniowe poznawanie i rozszerzanie oferty w miarę rozwoju działalności klientów.

W roku 2025 kontynuuje sprzedaż usługi jak opisana powyżej.

#### Struktura przychodów z umów z klientami w odniesieniu do momentu spełnienia zobowiązania do wykonania świadczenia

Przychody z umów z klientami w podziale na sposób rozpoznawania przychodów	6 miesięcy do 30 czerwca 2025	6 miesięcy do 30 czerwca 2024
W miarę upływu czasu	9 425	11 815
W określonym momencie		
<b>Razem</b>	<b>9 425</b>	<b>11 815</b>

#### Struktura terytorialna przychodów z umów z klientami

Przychody w podziale na kraje	6 miesięcy do 30 czerwca 2025	6 miesięcy do 30 czerwca 2024
Polska	1 337	1 409
Zagranica	8 088	10 406
<b>Razem</b>	<b>9 425</b>	<b>11 815</b>

### 2.2 Zobowiązania z tytułu umów

Zobowiązania z tytułu umów reprezentują kwotę ceny transakcyjnej przypisanej do niespełnionego na koniec okresu sprawozdawczego zobowiązania do wykonania świadczenia z tytułu sprzedaży subskrypcji na produkt Woodpecker.co.

Spółka spodziewa się ująć jako przychody kwoty zaprezentowane jako zobowiązania do wykonania świadczenia każdorazowo w ciągu kolejnego roku, co wynika z charakteru umów z klientami, które są podpisywane maksymalnie na 1 rok.

	30 czerwca 2025	31 Grudnia 2024
Krótkoterminowe	1 398	1 265
<b>Razem</b>	<b>1 398</b>	<b>1 265</b>

Spółka zastosowała praktyczny wyjątek z MSSF 15, zgodnie z którym nie musi ona ujawniać informacji o cenie transakcyjnej przypisanej do niewykonanych zobowiązań, jeśli zobowiązanie do wykonania świadczenia stanowi część umowy, której przewidywany okres obowiązywania wynosi jeden rok lub krócej.

## 2.3 Inne przychody i koszty operacyjne

### Inne przychody operacyjne

	6 miesięcy do 30 czerwca 2025	6 miesięcy do 30 czerwca 2024
Zysk ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	13	18
Rozwiązanie rezerwy	250	-
Odszkodowania	3	-
Inne przychody operacyjne	10	1
<b>Razem</b>	<b>276</b>	<b>19</b>

### Inne koszty operacyjne

	6 miesięcy do 30 czerwca 2025	6 miesięcy do 30 czerwca 2024
Spisanie w koszty aplikacji mobilnej	85	-
Koszty disputów	-	6
Darowizny	-	1
Uzgodnienie sald- spisanie przeterminowanych	9	-
Inne koszty operacyjne	1	-
<b>Razem</b>	<b>95</b>	<b>7</b>

## 2.4 Przychody i koszty finansowe

### Przychody finansowe

	6 miesięcy do 30 czerwca 2025	6 miesięcy do 30 czerwca 2024
Przychody z tytułu odsetek	1	14
Zysk ze zbycia inwestycji	-	-
Różnice kursowe	-	-
Inne	-	-
<b>Razem</b>	<b>1</b>	<b>14</b>

### Koszty finansowe

	6 miesięcy do 30 czerwca 2025	6 miesięcy do 30 czerwca 2024
--	-------------------------------	-------------------------------

Koszty z tytułu odsetek od umów leasingowych	40	55
Aktualizacja wartości aktywów niefinansowych	-	-
Różnice kursowe	59	80
Inne koszty operacyjne	2	-
<b>Razem</b>	<b>101</b>	<b>135</b>

## 2.5 Koszt wytworzenia na własne potrzeby

	6 miesięcy do 30 czerwca 2025	6 miesięcy do 30 czerwca 2024
Usługi obce	1 435	2 182
- w tym usługi programistyczne	1 435	2 182
- w tym inne koszty kwalifikowane	0	0
Wynagrodzenia	262	317
<b>Razem</b>	<b>1 697</b>	<b>2 499</b>

Koszt wytworzenia na własne potrzeby obejmuje w całości nakłady na prace rozwojowe wytworzone we własnym zakresie. Nakłady ponoszone na poszczególne projekty są grupowane w dwóch pozycjach kosztów rodzajowych: Usługi obce i Koszty świadczeń pracowniczych i następnie w momencie ich kapitalizacji ze znakiem ujemnym korygują koszty działalności operacyjnej

3. NOTY OBJAŚNIAJĄCE DOTYCZĄCE OPODATKOWANIA

3.1 Podatek dochodowy

Podatek dochodowy

	6 miesięcy do 30 czerwca 2025	6 miesięcy do 30 czerwca 2024
Podatek bieżący	-	-
Podatek odroczony	(34)	19
<b>Razem podatek dochodowy w sprawozdaniu z całkowitych dochodów</b>	<b>(34)</b>	<b>19</b>

Uzgodnienie efektywnej stopy podatkowej

	30 czerwca 2025	30 czerwca 2024
Zysk przed opodatkowaniem	(1 083)	220
<b>Stawka podatku stosowana przez Spółkę</b>	<b>5%</b>	<b>5%</b>
<b>Podatek dochodowy wg stawki Spółki</b>	<b>(54)</b>	<b>11</b>
<b>Uzgodnienie podatku dochodowego z tytułu:</b>		
Przychodów trwale niepodlegających opodatkowaniu	12	(1)
Kosztów trwale niestanowiących kosztów uzyskania przychodów	6	6
Wpływu zmiany stopy podatkowej na wartości aktywów i rezerw na podatek odroczony		
pozostałe	2	3
<b>Razem podatek dochodowy w sprawozdaniu z całkowitych dochodów</b>	<b>(34)</b>	<b>19</b>
<b>Efektywna stopa podatkowa Spółki</b>	<b>3,41%</b>	<b>8,64%</b>

Rozliczenie różnicy pomiędzy podstawą opodatkowania podatkiem dochodowym a wynikiem finansowym brutto

	30 czerwca 2025	30 czerwca 2024
Zysk przed opodatkowaniem	(1 083)	220
<b>Przychody niepodlegające opodatkowaniu w roku bieżącym, w tym:</b>		
przychody finansowe	-	(17)
rozwiązanie rezerwy Program Partnerski	(250)	-
<b>Koszty trwale niestanowiące kosztów uzyskania przychodów w tym:</b>		
koszty programu motywacyjnego	44	37
koszty samochodów w leasingu	40	-
PFRON	33	40
Odpis projektu mobilnej aplikacji	85	-
pozostałe	16	(33)
<b>Koszty nieuznawane za koszty uzyskania przychodów w bieżącym roku, w tym:</b>		
rezerwa urlopową i emerytalną	-	-

rezerwa na badanie bilansu	-	-
rezerwa na Program Partnerski	35	20
wynagrodzenia z tytułu umów zleceń	33	31
rezerwa na koszt likwidacji inwestycji w obcym obiekcie	(97)	-
wycena bilansowa	-	73
<b>Koszty uznawane za koszty uzyskania przychodów w roku bieżącym ujęte w księgach lat ubiegłych, w tym:</b>		
rezerwa na badanie bilansu	-	(82)
wynagrodzenia z tytułu umów zleceń	-	(31)
<b>Inne zmiany podstawy opodatkowania, w tym:</b>		
przychody operacyjne rozliczane w czasie	133	140
amortyzacja prac rozwojowych	260	(2 126)
rozliczenie ulgi B+R	-	-
Straty podatkowe za bieżący okres, od których nie utworzono aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	-	-
<b>Podstawa opodatkowania</b>	<b>(751)</b>	<b>(1 728)</b>
<b>Razem podatek dochodowy bieżący w sprawozdaniu z całkowitych dochodów</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

### Stawka podatkowa

	Stawka podatku dochodowego
Polska	19%
Stawka z uwzględnieniem rozliczenia ulgi IPBOX	5%

### Odroczony podatek dochodowy

Aktywa i zobowiązania z tytułu odroczonego podatku dochodowego ujęte w odniesieniu do różnic przejściowych wynikających z poszczególnych pozycji aktywów i zobowiązań przedstawione zostały w poniższej tabeli:

Aktywa z tytułu podatku odroczonego	30 czerwca 2025	31 Grudnia 2024
Zobowiązania z tytułu umów z klientami	70	63
Niewypłacone wynagrodzenia i składki ZUS	2	3
Rezerwa na niewykorzystane urlopy	7	7
Rezerwa emerytalna	2	1
Rezerwa na badanie bilansu	1	4
Zobowiązanie leasingowe	9	12
Rezerwa na spisanie inwestycji w obcym obiekcie	-	5
Zobowiązania z tytułu Programu Partnerskiego	6	16
Pozostałe ujemne różnice przejściowe-strata podatkowa	220	183
<b>Razem aktywa z tytułu podatku odroczonego</b>	<b>316</b>	<b>295</b>

Rezerwa z tytułu podatku odroczonego	30 czerwca 2025	31 Grudnia 2024
Amortyzacja prac rozwojowych	386	399
Pozostałe należności i aktywa	-	-
Pozostałe dodatnie różnice przejściowe	-	-
<b>Razem rezerwy z tytułu podatku odroczonego</b>	<b>386</b>	<b>399</b>

#### 4. NOTY OBJAŚNIAJĄCE DO SPRAWOZDANIA Z PRZEPŁYWÓW PIENIEŻNYCH ORAZ INFORMACJE DOTYCZĄCE ZADŁUŻENIA

##### 4.1 Polityka zarządzania kapitałem i zadłużenie netto

Celem Spółki w zakresie zarządzania kapitałem jest zabezpieczenie możliwości ciągłości jej działania w celu zapewnienia zysków dla właścicieli oraz korzyści dla innych interesariuszy, a także utrzymanie optymalnej struktury kapitału w celu obniżenia jego kosztu oraz utrzymanie odpowiednich ratingów kredytowych. W celu utrzymania bądź dostosowania struktury kapitałowej, Spółka może odpowiednio modyfikować poziom dywidendy wypłacanej właścicielom, skalę skupów akcji własnych, emitować nowe akcje lub sprzedawać aktywa w celu ograniczenia poziomu zadłużenia netto.

Polityka zarządzania kapitałem uwzględnia:

- wyniki działalności w połączeniu z planami inwestycyjnymi i rozwojowymi,
- harmonogram spłat zadłużenia finansowego,
- rating kredytowy i wskaźniki kapitałowe,
- zwiększenie wartości dla właścicieli.

Na Spółkę nie są nałożone żadne zewnętrzne wymagania kapitałowe.

Spółka monitoruje poziom kapitału własnego w oparciu o wskaźnik zadłużenia liczony jako poziom zadłużenia netto (suma wszystkich zobowiązań pomniejszona o saldo środków pieniężnych) podzielony przez łączną wysokość kapitałów własnych Spółki.

Celem Spółki jest utrzymywanie wskaźnika zadłużenia na poziomie dodatnim poniżej 1. W okresie zakończonym 30 czerwca 2025 roku Spółka osiągnęła zamierzoną wartość wskaźnika zadłużenia.

Poniższa tabela prezentuje kształtowanie się wskaźnika zadłużenia kapitału własnego na koniec okresów objętych niniejszym Skróconym śródrocznym sprawozdaniem finansowym.

	30 czerwca 2025	31 grudnia 2024
Zobowiązania razem	4 959	5 369
Minus: środki pieniężne i ich ekwiwalenty	(304)	(1 306)
<b>Zadłużenie netto</b>	<b>4 655</b>	<b>4 063</b>
Kapitał własny	11 115	12 035
<b>Wskaźnik zadłużenia</b>	<b>0,42</b>	<b>0,34</b>

4.2 Kapitał własny

Kapitał zakładowy

Na dzień 30 czerwca 2025 roku kapitał zakładowy Spółki wynosił 500 tys. PLN (na dzień 31 grudnia 2024 roku: 500 tys. PLN) i obejmował 5 000 000 w pełni opłaconych akcji zwykłych na okaziciela o wartości nominalnej 0,10 PLN każda (na dzień 31 grudnia 2024 roku: 0,10 PLN). Akcje wszystkich serii są jednakowo uprzywilejowane w zakresie dywidendy, prawa głosu oraz zwrotu z kapitału.

Zmiany kapitału własnego w okresie 6 miesięcy zakończonym 30 czerwca 2025 roku

Kapitał zakładowy

Udziałowiec	30 czerwca 2025		
	Liczba posiadanych akcji	Wartość nominalna akcji	Udział %
Maciej Cieśla/Maciej Cieśla Fundacja Rodzinna	1 109 000	111	22,18
Tar Heel Capital Pathfinder MT Limited	971 897	97	19,44
Kinga Tarczyńska	26 583	3	0,53
Mateusz Tarczyński Fundacja Rodzinna	640 041	64	12,80
KFF Holding SCSp	562 500	56	11,25
Pozostali	1 689 979	169	33,80
<b>Razem</b>	<b>5 000 000</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

Udziałowiec	31 Grudnia 2024		
	Liczba posiadanych akcji	Wartość nominalna akcji	Udział %
Maciej Cieśla/Maciej Cieśla Fundacja Rodzinna	1 109 000	111	22,18
Tar Heel CapitalPathfinder MT Limited	971 897	97	19,44
Kinga Tarczyńska	586 583	59	11,73
Mateusz Tarczyński	90 041	9	1,80
KFF Holding SCSp	562 500	56	11,25
Pozostali	1 679 979	168	33,60
<b>Razem</b>	<b>5 000 000</b>	<b>500</b>	<b>100</b>

Wyplata dywidendy z zysku netto za poprzedni rok obrotowy

Zarząd Spółki proponuje przeznaczyć zysk za 2024 na zwiększenie kapitału zapasowego.

4.3 Zobowiązania z tytułu leasingu

	30 czerwca 2025	31 grudnia 2024
<b>Zobowiązania z tytułu leasingu</b>		
- długoterminowe	288	407
- krótkoterminowe	615	980
<b>Razem</b>	<b>903</b>	<b>1 387</b>

**Analiza terminów wymagalności zobowiązań z tytułu leasingu**

Zobowiązania leasingowe płatne w okresie:	Wartość nominalna minimalnych opłat leasingowych		Wartość bieżąca minimalnych opłat leasingowych	
	BZ 30.06.2025 r.	BZ 31.12.2024 r.	BZ 30.06.2025 r.	BZ 31.12.2024 r.
do 1 roku	656	1 042	615	980
od 1 roku do 3 lat	297	423	288	407
od 3 lat do 5 lat	-	-	-	-
powyżej 5 lat	-	-	-	-
<b>Razem</b>	<b>953</b>	<b>1 465</b>	<b>903</b>	<b>1 387</b>
Przyszły koszt odsetkowy (wartość ujemna)	(50)	(78)	-	-
<b>Razem wartość bieżąca minimalnych opłat leasingowych, z tego:</b>	<b>903</b>	<b>1 387</b>	<b>903</b>	<b>1 387</b>
Zobowiązania krótkoterminowe			615	980
Zobowiązania długoterminowe			288	407

**Koszty dotyczące umów leasingu finansowego**

	6 miesięcy do 30 czerwca 2025	6 miesięcy do 30 czerwca 2024
Amortyzacja składników aktywów z tytułu prawa do użytkowania	494	514
Odsetki od leasingów	40	55

**Uzgodnienie zobowiązań z tytułu leasingu do przepływów z działalności finansowej w sprawozdaniu z przepływów pieniężnych**

Całkowite wypływy środków pieniężnych z tytułu leasingów zaprezentowane zostały w poniższej tabeli przedstawiającej uzgodnienie zobowiązań z tytułu leasingu do przepływów z działalności finansowej.

	Zobowiązania z tytułu leasingów na 30 czerwca 2025	Zobowiązania z tytułu leasingów na 30 czerwca 2024
<b>1 Stycznia</b>	<b>1 387</b>	<b>1 620</b>
<b>Zmiany przepływów pieniężnych z działalności finansowej</b>		
Splaty zobowiązań z tytułu leasingu	(510)	(513)
Splaty odsetek z tytułu leasingu	(40)	(55)
<b>Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej</b>	<b>(550)</b>	<b>(568)</b>
<b>Inne zmiany</b>		
Nowe umowy leasingowe	148	447
Modyfikacje umów leasingowych	(122)	-
Odsetki naliczone	40	55
Efekt zmiany kursów walutowych	-	-
<b>Razem inne zmiany</b>	<b>66</b>	<b>502</b>
<b>30 czerwca</b>	<b>903</b>	<b>1 554</b>

Informacje dotyczące ekspozycji Spółki na ryzyko stóp procentowych, ryzyko walutowe oraz ryzyko płynności przedstawione zostały w Nocie 5.4. Informacje dotyczące wartości godziwej zawarte są natomiast w Nocie 5.1.

#### 4.4 Środki pieniężne i ich ekwiwalenty

##### Środki pieniężne i ich ekwiwalenty

	30 czerwca 2025	31 grudnia 2024
Środki pieniężne na rachunkach bieżących	38	132
Środki pieniężne na rachunkach w podmiotach świadczących usługi płatnicze	266	438
Lokaty bankowe	-	733
Środki pieniężne w drodze (przelewy między rachunkami)		
Wycena środków pieniężnych	-	3
Środki pieniężne w kasie		
<b>Razem</b>	<b>304</b>	<b>1 306</b>

Środki pieniężne na rachunkach w podmiotach świadczących usługi płatnicze są to kwoty należne od instytucji płatniczych. Klienci Spółki dokonują płatności za pośrednictwem Paypal lub przy użyciu karty płatniczej. W przypadku PayPal stanowiącego 23% wartości tego salda, Spółka może tymi środkami dysponować na bieżąco, a pozostałe są przelewane w terminie od 2 do 5 dni po rozliczeniu transakcji przez pośrednika.

## 5. INSTRUMENTY FINANSOWE I ZARZĄDZANIE RYZYKIEM FINANSOWYM

### 5.1 Instrumenty finansowe i wartość godziwa

Poniższa tabela prezentuje przypisanie aktywów i zobowiązań finansowych do poszczególnych kategorii instrumentów finansowych z uwzględnieniem poziomów hierarchii wartości godziwej.

	Kategoria instrumentu	30 czerwca 2025	31 grudnia 2024	Hierarchia
<b>Aktywa finansowe niewyceniane w wartości godziwej</b>				
Należności handlowe	wyceniane w zamortyzowanym koszcie	1	13	n/d
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty		304	1 306	n/d
<b>Razem</b>		<b>305</b>	<b>1 319</b>	
<b>Zobowiązania finansowe niewyceniane w wartości godziwej</b>				
Zobowiązania z tytułu leasingu	pozostałe zobowiązania finansowe	903	1 387	n/d
Zobowiązania handlowe		1 218	1 385	n/d
Pozostałe zobowiązania finansowe		320	-	
<b>Razem</b>		<b>2 441</b>	<b>2 772</b>	

Spółka nie posiada aktywów i zobowiązań wycenianych w wartości godziwej.

Według oceny Spółki, wartość sprawozdawcza należności handlowych, środków pieniężnych i ich ekwiwalentów, zobowiązań z tytułu leasingu, zobowiązań handlowych oraz pozostałych zobowiązań finansowych na koniec każdego z okresów sprawozdawczych objętych niniejszym Skróconym śródrocznym sprawozdaniem finansowym jest wiarygodnym przybliżeniem ich wartości godziwej ze względu na krótkoterminowy charakter tych pozycji.

### 5.2 Należności handlowe i pozostałe aktywa finansowe

#### Należności handlowe

	30 czerwca 2025	31 grudnia 2024
<b>Należności handlowe</b>		
- od jednostek powiązanych	-	-
- od jednostek pozostałych	1	13
<b>Razem</b>	<b>1</b>	<b>13</b>

### 5.3 Zobowiązania handlowe i pozostałe zobowiązania finansowe i niefinansowe

#### Zobowiązania handlowe

	30 czerwca 2025	31 grudnia 2024
<b>Zobowiązania handlowe</b>		
- od jednostek powiązanych	178	200
- od jednostek pozostałych	1 040	1 185
<b>Razem</b>	<b>1 218</b>	<b>1 385</b>

**Pozostałe zobowiązania finansowe**

	30 czerwca 2025	31 grudnia 2024
Kredyt w rachunku bieżącym	320	0
<b>Razem</b>	<b>320</b>	<b>0</b>

**5.4 Zarządzanie ryzykiem finansowym****5.4.1 Zasady zarządzania ryzykiem finansowym**

Działalność Spółki narażona jest na następujące rodzaje ryzyka związanego z instrumentami finansowymi:

- ryzyko kredytowe,
- ryzyko utraty płynności finansowej,
- ryzyko walutowe,
- ryzyko stóp procentowych.

Niniejsza nota zawiera informacje o ekspozycji Spółki na każdy rodzaj ryzyka wskazanego powyżej, a także opisuje cele i politykę związane z zarządzaniem ryzykiem. Nadrzędnym celem polityki zarządzania ryzykiem finansowym jest minimalizowanie negatywnego wpływu zidentyfikowanych ryzyk finansowych na wynik finansowy Spółki.

**5.4.2 Ryzyko kredytowe**

Ryzyko kredytowe jest związane z potencjalnym zdarzeniem kredytowym, które może zmaterializować się w przyszłości w postaci następujących czynników: niewypłacalności kontrahenta, częściowej spłaty należności, istotnego opóźnienia w spłacie należności, innego nieprzewidzianego odstępstwa od warunków kontraktowych lub ryzyko nieodzyskania środków pieniężnych ulokowanych w bankach. Ryzyko to dotyczy przede wszystkim należności handlowych, środków pieniężnych i ich ekwiwalentów oraz pozostałych aktywów finansowych w ramach, których Spółka ujmuje depozyt z tytułu zabezpieczenia limitu skarbowego.

Poniższa tabela przedstawia maksymalną ekspozycję Spółki na ryzyko kredytowe:

	30 czerwca 2025	31 grudnia 2024
Należności handlowe	1	13
Pozostałe aktywa finansowe krótkoterminowe	-	-
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	304	1 306
<b>Razem</b>	<b>305</b>	<b>1 319</b>

**Ryzyko kredytowe związane ze środkami pieniężnymi**

Spółka alokuje okresowo wolne środki pieniężne na krótkoterminowych lokatach w bankach w celu osiągnięcia przychodów finansowych z odsetek.

Ryzyko kredytowe związane ze środkami pieniężnymi w banku i lokatami bankowymi jest niskie, ponieważ Spółka zawiera transakcje z bankami o wysokim ratingu i stabilnej pozycji rynkowej. Oczekiwana strata kredytowa oszacowana przez Spółkę jest bliska zeru, dlatego odpis z tytułu tej straty nie został ujęty.

Maksymalna ekspozycja na to ryzyko równa jest wartości sprawozdawczej środków pieniężnych i ich ekwiwalentów.

### Ryzyko kredytowe związane z należnościami handlowymi

Ze względu na charakter prowadzonej działalności Spółka nie jest narażona na ryzyko związane ze sprzedażą z odroczonym terminem płatności. Spółka dokonuje sprzedaży usługi po otrzymaniu zapłaty od kontrahenta. Wartość należności handlowych na ostatni dzień każdego z okresów objętych niniejszym Skróconym śródrocznym sprawozdaniem finansowym jest nieistotna. Z tego powodu, wszelkie szacowane oczekiwane straty kredytowe związane z należnościami handlowymi są na bardzo niskim poziomie, co skutkuje brakiem ujmowania w tym zakresie odpisów aktualizujących.

### 5.4.3 Ryzyko utraty płynności finansowej

Spółka jest narażona na ryzyko utraty płynności, tj. zdolności do terminowego regulowania zobowiązań finansowych. Spółka zarządza ryzykiem płynności poprzez monitorowanie terminów płatności oraz zapotrzebowania na środki pieniężne w zakresie obsługi krótkoterminowych płatności oraz długoterminowego zapotrzebowania na gotówkę. Zapotrzebowanie na gotówkę porównywane jest z dostępnymi źródłami pozyskania środków oraz konfrontowane jest z dostępnymi wolnymi środkami. Dodatkowo Spółka prowadzi politykę dywersyfikacji źródeł finansowania.

Polityka zarządzania ryzykiem utraty płynności finansowej w Spółce polega na zapewnieniu środków finansowania niezbędnych do wywiązywania się przez Spółkę ze zobowiązań, przy wykorzystaniu najbardziej atrakcyjnych źródeł finansowania. Zarządzanie płynnością Spółki koncentruje się na:

- bieżącym monitorowaniu płynności Spółki,
- monitorowaniu i optymalizacji poziomu kapitału obrotowego,
- bieżącym monitoringu regulowania zobowiązań wynikających z warunków umów kredytowych.

Poniższe tabele przedstawiają zapadalność zobowiązań finansowych Spółki. Wartości przedstawione w tabeli stanowią niezdyktowane przepływy pieniężne obejmujące odsetki, wynikające z odpowiednich umów.

30 czerwca 2025	Wartość bilansowa	Oczekiwane przepływy z tytułu zobowiązań finansowych				
		do 1 roku	1-3 lata	3-5 lat	powyżej 5 lat	Razem
Zobowiązania z tytułu leasingu	903	656	297			953
Zobowiązania handlowe	1 218	1 218				1 218
<b>Razem</b>	<b>2 121</b>	<b>1 874</b>	<b>297</b>	-	-	<b>2 171</b>

31 grudnia 2024	Wartość bilansowa	Oczekiwane przepływy z tytułu zobowiązań finansowych				
		do 1 roku	1-3 lata	3-5 lat	powyżej 5 lat	Razem
Zobowiązania z tytułu leasingu	1 387	1 042	424	-	-	1 466
Zobowiązania handlowe	1 385	1 385	-	-	-	1 385
<b>Razem</b>	<b>2 772</b>	<b>2 427</b>	<b>424</b>	-	-	<b>2 851</b>

Kapitał obrotowy, zdefiniowany jako różnica pomiędzy aktywami obrotowymi a zobowiązaniami krótkoterminowymi, na koniec okresów sprawozdawczych zaprezentowanych w niniejszym Skróconym śródrocznym sprawozdaniu finansowym przedstawia poniższa tabela.

	30 czerwca 2025	31 grudnia 2024
Aktywa obrotowe	891	1 930
Zobowiązania krótkoterminowe	4 269	4 547
<b>Kapitał obrotowy</b>	<b>(3 378)</b>	<b>(2 617)</b>

#### 5.4.4 Ryzyko walutowe

Spółka jest narażona na transakcyjne ryzyko walutowe w zakresie, w jakim występuje niedopasowanie pomiędzy walutami, w których denominowane są transakcje sprzedaży, zakupu, należności i zobowiązania a PLN. Walutami obcymi dla Spółki są przede wszystkim dolar amerykański (USD) i euro (EUR).

Ponieważ 28 tys. transakcji sprzedaży jest dokonywana w walucie obcej, Spółka jest narażona na ryzyko walutowe z tytułu zawieranych transakcji. W okresie raportowanym Spółka nie zabezpieczała transakcji sprzedaży denominowanych w walutach obcych. Spółka minimalizuje ryzyko walutowe poprzez odpowiednie ukształtowanie struktury aktywów i pasywów wyrażonych w walutach obcych.

Poniższe tabele prezentują ekspozycję Spółki na ryzyko zmiany kursów walutowych:

kwoty w walutach	30 czerwca 2025		
	USD	EUR	GBP
Należności handlowe	-	-	-
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	51 586	7 425	100
Kaucje gotówkowe	-	-	-
Zobowiązania z tytułu leasingu	-	-	-
Zobowiązania handlowe	12 059	4 866	1
<b>Ekspozycja netto w walucie</b>	<b>63 645</b>	<b>12 291</b>	<b>101</b>
<b>Ekspozycja netto w przeliczeniu na PLN</b>	<b>230 166</b>	<b>52 137</b>	<b>500</b>

kwoty w walutach	31 Grudnia 2024		
	USD	EUR	GBP
Należności handlowe	-	126	-
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	224 105	2 553	-
Kaucje gotówkowe	-	-	-
Zobowiązania z tytułu leasingu	-	-	-
Zobowiązania handlowe	16 697	60	-
<b>Ekspozycja netto w walucie</b>	<b>240 802</b>	<b>2 739</b>	<b>-</b>
<b>Ekspozycja netto w przeliczeniu na PLN</b>	<b>987 577</b>	<b>11 704</b>	<b>-</b>

Poniższe tabele przedstawiają analizę wrażliwości możliwego umocnienia (osłabienia) walut obcych, które wpłynęłoby na wycenę instrumentów finansowych denominowanych w walucie obcej i wpłynęłoby na zysk lub stratę o kwoty wykazane poniżej. Analiza ta zakłada, że wszystkie inne zmienne, w szczególności stopy procentowe, pozostają niezmiennie i nie uwzględnia wpływu zmian na prognozowaną sprzedaż i zakupy.

30 czerwca 2025				
	Umocnienie kursu	Wpływ na wynik finansowy	Oslabienie kursu	Wpływ na wynik finansowy
USD	10%	18 643	-10%	(18 643)
EUR	10%	4 223	-10%	(4 223)
GBP	10%	41	-10%	(41)

31 Grudnia 2024				
	Umocnienie kursu	Wpływ na wynik finansowy	Oslabienie kursu	Wpływ na wynik finansowy
USD	10%	79 994	-10%	(79 994)
EUR	10%	948	-10%	(948)
GBP	10%	-	-10%	-

#### 5.4.5 Ryzyko stóp procentowych

Spółka narażona jest na ryzyko zmienności przepływów pieniężnych z tytułu zmiany stóp procentowych wynikające z posiadanych aktywów oraz zobowiązań, dla których przychody oraz koszty odsetkowe są uzależnione od zmiennych stóp procentowych (depozyt z tytułu zabezpieczenia limitu skarbowego, leasing). Głównym celem zarządzania ryzykiem stopy procentowej jest zminimalizowanie wahań przepływów odsetkowych oprocentowanych zmienną stopą procentową.

Poniższa tabela przedstawia profil podatności Spółki na ryzyko zmiany stóp procentowych poprzez prezentację oprocentowanych aktywów i zobowiązań finansowych w podziale na stałe i zmienne oprocentowanie.

	30 czerwca 2025	31 grudnia 2024
<b>Oprocentowane instrumenty finansowe</b>		
- o stałej stopie procentowej	<b>903</b>	<b>1 387</b>
Zobowiązania z tytułu leasingu	903	1 387
- o zmiennej stopie procentowej	<b>304</b>	<b>1 306</b>
Depozyt z tytułu zabezpieczenia limitu skarbowego		
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	304	1 306
<b>Ekspozycja netto na ryzyko stopy procentowej (w odniesieniu do instrumentów o zmiennej stopie procentowej)</b>	<b>304</b>	<b>1 306</b>

Poniższa tabela przedstawia wpływ zmiany stopy procentowej na wynik finansowy Spółki w odniesieniu do instrumentów oprocentowanych zmienną stopą procentową.

	Ekspozycja netto na ryzyko stopy procentowej	Wpływ na wynik finansowy	
		Wzrost oprocentowania o 1 p.p.	Spadek oprocentowania o 1 p.p.
<b>30 czerwca 2025</b>	304	2	(2)
<b>31 grudnia 2024</b>	1 306	11	(11)

Wzrost stóp procentowych może przyczynić się do zwiększenia kosztów obsługi finansowania, a w konsekwencji do obniżenia wyniku finansowego i pogorszenia efektywności finansowej realizowanych inwestycji. Ryzyko to nie jest dla Spółki ryzykiem istotnym. Spółka nie stosuje rachunkowości zabezpieczeń.

## 6. NOTY OBJAŚNIAJĄCE DO SPRAWOZDANIA Z SYTUACJI FINANSOWEJ

### 6.1 Wartości niematerialne

Spółka wyodrębnia następujące kategorie wartości niematerialnych: oprogramowanie wytworzone we własnym zakresie, inne wartości niematerialne oraz prace rozwojowe. Wszystkie kategorie dotyczą w większości oprogramowania wykorzystywanego w podstawowej działalności operacyjnej Spółki. Nakłady poniesione na oprogramowanie wytwarzane we własnym zakresie stanowią koszty prac rozwojowych poniesione przed okresem wykorzystywania tego oprogramowania w celu osiągnięcia przychodów z umów z klientami.

W bieżącym okresie sprawozdawczym Spółka przyjęła do użytkowania zakończone prace rozwojowe o wartości 1 802 tys. PLN. Na koniec 30 czerwca 2025 roku nakłady na oprogramowanie wytwarzane we własnym zakresie, które nie zostało jeszcze zakończone, wyniosły 3 805 tys. PLN z czego kwota 1 224 tys. PLN dotyczyła nakładów poniesionych w 2025 roku.

Na koniec okresów prezentowanych w niniejszym Skróconym śródrocznym sprawozdaniu finansowym Spółka oceniła, że nie występują obiektywne przesłanki utraty wartości składników wartości niematerialnych.

#### Uzgodnienie wartości bilansowej wartości niematerialnych

	Oprogramowanie wytworzone we własnym zakresie	Inne wartości niematerialne	Prace rozwojowe w toku	Zaliczki na wartości niematerialne i prawne	Razem
<b>Wartość brutto na dzień 1 Stycznia 2024</b>	<b>10 648</b>	<b>300</b>	<b>3 155</b>	<b>154</b>	<b>14 257</b>
Zwiększenia	-	15	4 238	-	4 253
Zbycia/likwidacje/przemieszczenie wewnętrzne	3 420	-	(3 483)	-	(63)
<b>Wartość brutto na dzień 31 Grudnia 2024</b>	<b>14 068</b>	<b>315</b>	<b>3 910</b>	<b>154</b>	<b>18 447</b>
<b>Wartość brutto na dzień 1 Stycznia 2025</b>	<b>14 068</b>	<b>315</b>	<b>3 910</b>	<b>154</b>	<b>18 447</b>
Zwiększenia	-	17	1 697	-	1 714
Zbycia/likwidacje/przemieszczenie wewnętrzne	1 802	-	(1 802)	-	-
Spisanie w koszty	-	-	-	(85)	(85)
<b>Wartość brutto na dzień 30 Czerwca 2025</b>	<b>15 870</b>	<b>332</b>	<b>3 805</b>	<b>69</b>	<b>20 076</b>

	Oprogramowanie wytworzone we własnym zakresie	Inne wartości niematerialne	Prace rozwojowe w toku	Zaliczki na wartości niematerialne i prawne	Razem
Umorzenie oraz odpisy z tytułu utrąty wartości na dzień 1 Stycznia 2024	(1 999)	(269)	-	-	(2 268)
Amortyzacja	(2 565)	(38)	-	-	(2 603)
Zbycia/likwidacje/przemieszczenie wewnętrzne			-	-	-
Umorzenie oraz odpisy z tytułu utrąty wartości na dzień 31 Grudnia 2024	(4 564)	(307)	-	-	(4 871)
Umorzenie oraz odpisy z tytułu utrąty wartości na dzień 1 Stycznia 2025	(4 564)	(307)	-	-	(4 871)
Amortyzacja	(1 452)	(8)	-	-	(1 460)
Zbycia/likwidacje/przemieszczenie wewnętrzne	-	-	-	-	-
Umorzenie oraz odpisy z tytułu utrąty wartości na dzień 30 Czerwca 2025	(6 016)	(315)	-	-	(6 331)

	Oprogramowanie wytworzone we własnym zakresie	Inne wartości niematerialne	Prace rozwojowe w toku	Zaliczki na wartości niematerialne i prawne	Razem
Wartość netto na dzień 31 Grudnia 2024	9 504	8	3 910	154	13 576
Wartość netto na dzień 30 Czerwca 2025	9 854	17	3 805	69	13 745

Prace rozwojowe w toku			
Lp	Nazwa projektu	Opis projektu	wartość netto na dzień 30.06.2025
1	Amplitude we WRA	Celem projektu jest przeniesienie kodu odpowiedzialnego za system analityczny Amplitude (wspólny dla wszystkich produktów) do WRA (Woodpecker REST API) aby umożliwić późniejsze skalowanie i rozwój w oparciu o który, podejmowane są strategiczne decyzje związane z rozwojem produktów.	190
2	Alternatywny Warm-up	Projekt mający na celu wdrożenie rozwiązania alternatywnego dla starego warm-up-u dla skrzynek Google. Rozwiązanie chcemy wdrożyć, aby utrzymać przewagę konkurencyjną na rynku oraz pomóc użytkownikom osiągnąć lepszą dostarczalność ich wiadomości.	403

3	<b>Moduł Agencyjny 2</b>	Moduł Agencyjny to projekt umożliwiający użytkownikowi aplikacji Woodpecker dostęp do kilku kont w systemie za pomocą odgórnie integrującego elementu systemu nazwanego Modułem Agencyjnym. Moduł Agencyjny to zbiór funkcjonalności, które umożliwiają użytkownikowi logowanie oraz zarządzanie jednostkami przynależnymi (subkonta) do jego konta głównego w systemie. Co więcej, system umożliwia podgląd danych statystycznych związanych z aktywnością wysyłki w zakresie wspomnianych kont. Celem tej wersji jest dostarczenie wiadomości zaplanowanych w Outreach Calendar i pauzowanie kampanii na święta.	22
4	<b>Nowa metryka wartości (rozliczeniowa) Faza 2</b>	Celem projektu jest wdrożenie nowej metryki rozliczeniowej w produktach, która lepiej odzwierciedla realną wartość, jaką użytkownicy czerpią z Woodpeckera. Nowy model jest bezpośrednio powiązany z wpływem narzędzia na biznes i cele użytkowników, co pozwala na bardziej sprawiedliwe i transparentne rozliczanie. Zmiana ta umożliwi lepsze skalowanie przychodów w oparciu o rzeczywiste korzyści dostarczane klientom, zwiększając ich satysfakcję i lojalność. Dodatkowo, nowa metryka pomoże w optymalizacji oferty i strategii cenowej, wspierając długoterminowy rozwój produktów Woodpecker.	1 135
5	<b>Publiczne API dla Agencji</b>	Celem projektu jest udostępnienie nowego, zaawansowanego API, które umożliwi pełną customizację oraz elastyczną integrację naszych rozwiązań przez klientów zewnętrznych, w szczególności agencje lead-gen. Nowe API zapewni szeroki zakres funkcjonalności, umożliwiając automatyzację i optymalizację procesów prospectingu oraz kampanii mailingowych. Wraz z API przygotujemy kompleksową dokumentację, aby ułatwić wdrożenie i maksymalizować wartość dla użytkowników. Kluczowe metryki sukcesu obejmują liczbę klientów premium korzystających z API oraz liczbę requestów do API, co pozwoli na mierzenie adopcji i zaangażowania.	251
6	<b>Wysyłka kampanii z wielu skrzynek Faza 2</b>	Celem projektu jest rozszerzenie mechanizmu wielu skrzynek o nowe funkcjonalności, w tym zaawansowaną analitykę kampanii z dodatkowymi wymiarami, walidację stopek mailowych, nowe testy integracyjne oraz obsługę przypadków wypięcia skrzynki. Te ulepszenia pozwalają na lepszą kontrolę nad kampaniami, umożliwiając dokładniejsze śledzenie skuteczności oraz eliminację potencjalnych problemów z konfiguracją. Dodatkowo, wdrożenie tych funkcji pozwala na lepsze zarządzanie kampaniami, co przekłada się na poprawę wskaźników takich jak liczba dostarczonych wiadomości (deliveries), wskaźnik odpowiedzi (reply) oraz wzrost liczby skontaktowanych prospektów.	79
7	<b>Bulk-owe dodawanie skrzynek do systemu</b>	Aby sprostać potrzebom większych agencji, takich jak Veth Group czy Modular, dodaliśmy funkcjonalność bulk-owego dodawania skrzynek mailowych do systemu. Dzięki tej opcji użytkownicy mogą szybko i efektywnie dodawać wiele skrzynek jednocześnie, co znacząco poprawia wydajność i ułatwia zarządzanie kampaniami na większą skalę. Rozwiązanie to otworzyło również nowe możliwości integracji z zewnętrznymi systemami oraz poszerzy naszą ofertę, w tym planowaną sprzedaż domen i skrzynek bezpośrednio z poziomu aplikacji Woodpecker. Taki rozwój umożliwia także wprowadzenie nowych kanałów monetyzacji, co przyczyni się do dalszego wzrostu biznesu.	251
8	<b>Lepsza walidacja maili prospektów (aka catch-all)</b>	Zaoferowaliśmy użytkownikom bardziej zaawansowane opcje walidacji prospektów podczas wysyłki kampanii, umożliwiając im dostosowanie poziomu walidacji do ich indywidualnych potrzeb. Dzięki tej funkcji, użytkownicy będą mogli wybierać, czy chcą wysłać kampanie ostrożniej, z dokładniejszą walidacją, czy też podejmować większe ryzyko, decydując się na mniej restrykcyjne podejście. Takie elastyczne podejście pozwoli na lepsze dopasowanie do strategii kampanii, zwiększając zarówno efektywność, jak i kontrolę nad jakością wysyłki, a także minimalizując ryzyko problemów z reputacją nadawcy.	125

10	<b>Tech debt &amp; RnD</b>	Zredukowanie długu technologicznego poprzez wprowadzanie nowych (szybszych, efektywniejszych, bardziej skalowalnych) rozwiązań dla starych problemów. Jest to między innymi praca nad architekturą naszego systemu, praca nad sposobami komunikacji między jego zasobami, praca nad redukcją ilości zapytań do bazy danych i wiele innych. Rozwój naszej aplikacji sprawia, że stawiane przed nią wymagania są coraz wyższe. Aby sprostać wymaganiom - szybkość, ilość, niezawodność - musimy wymyślać coraz to nowsze sposoby na działanie całej aplikacji.	11
11	<b>Message Broker (Kafka)</b>	Stworzenie sposobu na skuteczne i szybkie komunikowanie się pomiędzy sobą różnych części naszego systemu. Ma to bardzo duże znaczenie wydajnościowe. Wprowadzenie brokera wiadomości w celu asynchronicznego i zrównoleżonego przetwarzania wielu potencjalnie dłużej trwających zadań takich jak podłączanie skrzynek czy zmiana statusu kampanii. Możliwość wprowadzenia elementów Event Driven Architecture (EDA) oraz wzorca Command Query Responsibility Segregation (CQRS) w celu tworzenia osobnych modeli bazodanowych do zapisu i odczytu w sposób asynchroniczny z gwarancją Eventual Consistency. Możliwość osiągnięcia powyższego w naszym legacy systemie poprzez wykonanie Change Data Capture (CDC) na bazie danych bez konieczności migracji samej bazy. Dwa powyższe punkty mogłyby nam posłużyć do zbudowania modeli statystyk prospektów w kampanii oraz na podstawie tego statystyki kampanii na listę kampanii co zwiększy wydajność jej ładowania (także w CE, jeżeli użyjemy naszego modelu) oraz umożliwi sortowanie.	37
12	<b>Payment in currencies</b>	Klient ma możliwość dokonania płatności za produkt w wybranej przez siebie walucie, zgodnie z wymaganiami: Waluta klienta Obowiązująca dla klienta waluta zdefiniowana będzie na poziomie sesji rozliczeniowej i dla danej sesji nie będzie już mogła być zmieniona. Aby zmienić walutę, trzeba będzie rozpocząć nową sesję (analogicznie do zmiany okresu rozliczeniowego). Wybór waluty będzie musiał zajść w pierwszym kroku procesu zakupowego, a zmiana będzie powodować przeliczenie rachunku. W pierwszym etapie waluta może zostać wybrana tylko, jeżeli klient jest na trialu. Nie ma możliwości zmiany waluty dla istniejących klientów. Waluta będzie automatycznie propagowana na kolejne sesje, także te niepłatne, gdzie będzie wykorzystywana do obliczenia cenników i estymacji cen premium. Aktualna waluta klienta będzie synchronizowana przez ODS i zapisana w bazie produktu. Waluta rachunku będzie przekazywana w ramach payloadów billingowych. Cennik i estymacje cen pakietów, addonów i slotów będą zwracane w aktualnej walucie klienta. Aby pokazać walutę trzeba będzie użyć wartości zapisanej w bazie produktu. Domyślnie na trialu tworzona będzie sesja w USD. Klienci z Polski nadal będą mieli możliwość zapłaty w PLN niezależnie od waluty w sesji w oparciu o istniejący mechanizm	226
14	<b>Mechanizm kupna domen i skrzynek faza 2.</b>	Faza 2. projektu mechanizmu kupna domen i skrzynek ma na celu uruchomienie w pełni automatycznego procesu zakupu domen i skrzynek w Woodpeckerze poprzez white label integrację z Maildoso. To rozwiązanie pozwoli użytkownikom na łatwy zakup i zarządzanie domenami bezpośrednio z poziomu aplikacji. W kolejnych etapach planujemy pełną automatyzację, w tym integrację z API Maildoso, co umożliwi bezbłędny zakup domen i skrzynek. Dodatkowo, automatyczny billing po stronie Woodpecker oraz integracja z Office pozwolą na jeszcze łatwiejsze zarządzanie transakcjami. W ostatnim kroku skupimy się na poprawkach UX-owych, które usprawnią całe doświadczenie użytkownika, czyniąc proces bardziej intuicyjnym i efektywnym.	166

15	<b>Agency Campain Tab - Iteracja 2</b>	Faza 2. projektu zakładki kampanii dla agencji. W ramach tej inicjatywy chcemy wykorzystać nowo stworzony system agregacji danych do wykonywania operacji na tabeli prezentującej kampanie wraz z ich statystykami. Oznacza to, że użytkownik będzie mógł nie tylko oglądać kluczowe statystyki kampanii sprzedażowych, ale również sortować te kampanie w oparciu o statystyki co da mu odpowiedź na takie pytania jak: która kampania działa najlepiej, do której kampanii należy dodać odbiorców, która kampania powinna zostać zastopowana ze względu na niepokojące wyniki. Tworzymy w ten sposób system pozwalający na analizę i wyciąganie wniosków przez użytkownika.	126
16	<b>Integracja z PipeDrive</b>	Pipedrive jest systemem typu CRM, szeroko używanym przez naszych klientów. Obecnie działająca integracja jest już przestarzała i nie zgodna z wytycznymi Pipedrive co do komunikowania się pomiędzy systemami (naszym i ich). W ramach tej inicjatywy musieliśmy napisać od nowa integrację uwzględniając nowy system przetwarzania danych i wymiany informacji. Dodatkowo wprowadzamy ulepszenia, o które prosili nasi użytkownicy takie jak przypisywanie znalezionych klientów do konkretnych lejków sprzedażowych w oparciu o prowadzoną kampanię a także zwiększone bezpieczeństwo przy synchronizacji danych pomiędzy dwoma systemami.	86
17	<b>ESP matching</b>	ESP Matching to technologia, która analizuje i dopasowuje dostawców poczty nadawcy i odbiorcy, co pozwala na bardziej płynne i naturalne dostarczanie wiadomości. Dzięki temu mechanizmowi, e-maile są postrzegane jako mniej ryzykowne przez dostawców usług pocztowych, co zmniejsza szanse na ich oznaczenie jako spam. Zwiększa to skuteczność kampanii e-mailowych, poprawiając dostarczalność wiadomości i budując długotrwałe zaufanie między nadawcą a dostawcą poczty.	146
18	<b>Wsparcie "liquid syntax" w produkcji</b>	Celem projektu jest umożliwienie użytkownikom korzystania ze składni Liquid w treściach maili kampanijnych. Dzięki temu, użytkownicy będą mogli dynamicznie personalizować swoje wiadomości, wstawiając zmienne, warunki i pętle, co pozwoli na bardziej spersonalizowaną komunikację z odbiorcami. Implementacja tej funkcji zwiększy elastyczność w tworzeniu treści, umożliwiając tworzenie bardziej zaawansowanych i dopasowanych kampanii e-mailowych, które lepiej odpowiadają na potrzeby i preferencje odbiorców.	38
19	<b>UI Webhooks</b>	Projekt ułatwiający zarządzanie Webhookami, czyli mechanizmami potrzebnymi do integrowania się z naszym systemem. Woodpecker ma być narzędziem, które współgra z innymi programami jakimi posługują się nasi użytkownicy. UI Webhooks to ułatwienie zarządzania tą komunikacją, dzięki której użytkownik może sobie wybrać jakie informacje o zdarzeniach w naszym systemie zostaną wysłane do zewnętrznych systemów. Kluczowe zdarzenia jak np. uzyskanie odpowiedzi od prospektu spowodują wysłanie powiadomienia do np. Slacka naszego klienta, aby mógł on szybko zareagować i zamknąć sprzedaż.	105
20	<b>Bulk-owe zarządzanie ustawieniami skrzynek</b>	Z uwagi na rosnącą liczbę skrzynek, które użytkownicy mogą dodawać do aplikacji, chcemy umożliwić im łatwe i szybkie zarządzanie ustawieniami wielu skrzynek jednocześnie. Dzięki tej funkcji użytkownicy będą mogli zaoszczędzić czas i poprawić efektywność, dostosowując ustawienia dla wielu skrzynek w jednym miejscu, bez potrzeby edytowania każdej skrzynki z osobna. Takie rozwiązanie zapewni wygodę i lepszą organizację, szczególnie dla użytkowników zarządzających dużą liczbą kont, umożliwiając szybsze dostosowywanie parametrów kampanii i monitorowanie ich wyników.	81
22	<b>LinkedIn jako natywny kanał do outbound-u w aplikacji</b>	W odpowiedzi na rosnące zapotrzebowanie klientów budujemy natywną integrację z LinkedIn. Celem jest, aby LinkedIn był łatwo dostępnym kanałem do komunikacji outbound w naszej aplikacji oraz zwiększenie szans na uzyskanie odpowiedzi na kampanie tworzone i wysyłane przez naszych klientów - to prowadzi klienta do sukcesu przez co zapewni nam jego retencję i przychód.	214

23	<b>New Inbox - iteration 1</b>	Weryfikacja naszej skrzynki odbiorczej od podstaw. Wprowadzenie nowych funkcjonalności. Zaczynamy od parzystości funkcji z naszą obecną skrzynką odbiorczą, ale z nową technologią i nowym designem. Wprowadzamy kilka nowych funkcji.	15
24	<b>Lead finder - iteracja 4.</b>	Celem projektu jest zaadresowanie usprawnień i feedbacku użytkowników odnośnie działania Lead findera, tak aby zwiększyć jego adopcję a co za tym idzie przychody płynące dla firmy. Wzbogacenie kont Woodpeckera (TRIAL / PREMIUM / PAUSE) o dodatkowe dane takie jak rozmiar firmy, lokalizacja, opis firmy. Wprowadzone zostanie nowe usprawnienie polegające na zapamiętywaniu filtrów LFa (user wybiera filtry i może zapamiętać je per swoje konto / lub konto całej firmy).	46
25	<b>ESP matching - iteracja 2.</b>	Celem projektu jest dostarczenie funkcjonalności potencjalnie poprawiającej reputację skrzynki i jej dostarczalność, a mianowicie, wysyłka kampanii jedynie pomiędzy tymi samymi dostawcami skrzynek (np Google do Google).	32
26	<b>Integracja LinkedIn - faza 2.</b>	W odpowiedzi na rosnące zapotrzebowanie klientów budujemy natywną integrację z LinkedIn. Celem jest, aby LinkedIn był łatwo dostępnym kanałem do komunikacji outbound w naszej aplikacji oraz zwiększenie szans na uzyskanie odpowiedzi na kampanie tworzone i wysyłane przez naszych klientów - to prowadzi klienta do sukcesu przez co zapewnia nam jego retencję i przychód.	17
28	<b>Tabelka prospects - Iteracja 2</b>	Projekt odpowiada na nowe potrzeby migracji technologicznej. Dotychczasowa tabela opiera się na starym angularze, który pozwala uruchomić starego prime'a, który nie wspiera już thema Lara. Nowy Prime działa na Aurze. Dążenie do przepisania tabeli na microfront, z nowym, optymalnym podejściem. Zastosowanie nowego angulara, prime'a.	2
	<b>Razem</b>		<b>3 805</b>

Oprogramowanie wytworzone we własnym zakresie (zakończone prace rozwojowe)				
Lp	Nazwa projektu	Opis projektu	Wartość netto na dzień 30.06.2025	Przewidywana data zakończenia amortyzacji
1	<b>Aplikacja Woodpecer podstawowa wersja programu komputerowego</b>	Aplikacja Woodpecker to oprogramowanie dostarczane jako SaaS służące do automatyzacji wysyłki maili oraz semi-automatyzacji manualnych akcji w obrębie innych kanałów komunikacji Aplikacja Woodpecker to główny element systemu. W jej skład wchodzi kluczowe moduły takie jak wysyłka i sprawdzanie wiadomości oraz interfejs użytkownika. W celu zwiększenia utrzymywalności, część funkcjonalności została wyodrębniona do komponentów, jednak Aplikacja Woodpecker wciąż charakteryzuje się wysoką złożonością. Wzrost liczby Użytkowników oraz przetwarzanych danych, powoduje potrzebę jej ciągłej optymalizacji.	0	nie była wprowadzana na WNiP
2	<b>Moduł PP</b>	Przygotowanie elementu systemu umożliwiającego obsługę partnerów w tym pozyskanie wiedzy z zakresu funkcjonowania tego typu systemów. System umożliwia zarządzanie kontem partnera, w tym jego rozliczeniami przez Operatora, a także oferuje dostęp do części danych przez Partnerów. Rozwiązanie zostało zaimplementowane jako integralna część Aplikacji Woodpecker z użyciem technologii Java oraz PostgreSQL. Użycie istniejących mechanizmów umożliwiło	5	sierpień 2025

		szybkie dostarczenie rozwiązania oraz ułatwiło kontrolę spójności danych.		
3	Nowy Billing	<p>Przygotowanie elementu systemu odpowiedzialnego za naliczanie płatności z możliwością naliczania w sposób modułowy z uwzględnieniem sesji rozliczeniowych o różnej długości. Dodatkowo, system obejmuje część interfejsu (widoki klienta) umożliwiającą zarządzanie dodatkami używanymi w zakresie subskrypcji.</p> <p>Komponent zarządzający rozliczeniami oraz płatnościami zdecydowano zaimplementować jako usługę sieciową. Komunikacja pomiędzy usługą a jej klientami (w tym Aplikacją Woodpecker) odbywa się poprzez API wykorzystujące protokół HTTP. Komponent został zaimplementowany w języku Java oraz wykorzystuje bazę danych PostgreSQL.</p> <p>Najważniejszymi atrybutami usługi były spójność danych oraz wydajność. Zastosowanie gotowych narzędzi ułatwiających komunikację z użyciem protokołu HTTP ułatwiło obsługę sytuacji nietypowych takich jak błędy połączeń bądź całkowita niedostępność usługi. Zachowanie spójności danych było możliwe między innymi dzięki mechanizmowi blokad dostarczonym przez PostgreSQL.</p> <p>Podczas pracy nad projektem Zespół zwiększył swoją wiedzę w zakresie projektowania i implementacji systemów rozproszonych bazujących na REST API, a także stworzył narzędzia umożliwiające szybszą implementację kolejnych usług w przyszłości.</p>	271	sierpień 2026
4	Manual Task	<p>Celem projektu był rozwój funkcjonalności związanej z manualną oraz semi-manualną pracą w cyklu wysyłkowym. Umożliwia to utworzenie sekwencji opartej na dwojakich typach akcji - mianowicie automatyzowanej wysyłce lub manualnej akcji zakończonej oznaczeniem zadania jako wykonane co aktywuje kolejne sekwencje wysyłki lub dalsze przetwarzanie danych adresata. Manual Tasks to projekt umożliwiający personalną pracę w systemie wysyłkowym skupioną na indywidualnym dopasowaniu komunikacji do odbiorcy za pomocą w pełni manualnych elementów do schematu komunikacji za pomocą kampanii wysłanej z systemu Woodpecker. Poszerzenie zakresu stosowania produkowanego oprogramowania o manuale działania co stanowi innowacyjne rozwiązanie wśród narzędzi automatyzujących wysyłkę w sposób sekwencyjny. Krokiem milowym projektu było stworzenie systemu umożliwiającego tworzenie indywidualnych, manualnych, akcji przypisywanych indywidualnie do adresu e-mail zapisanego w systemie.</p>	93	listopad 2026
5	IF CAMPAIGNS	<p>Celem projektu IF Campaigns jest umożliwienie użytkownikowi aplikacji stworzenia sekwencyjnej, automatycznej wysyłki wiadomości za pomocą różnych kanałów komunikacji. Co więcej, wysyłka ta powinna umożliwiać warunkowanie jej na podstawie predefiniowanych czynników klasyfikujących jak, na przykład, otwarcie wiadomości, kliknięcie w link wysłany za pomocą systemu Woodpecker. Projekt przewiduje budowę systemu umożliwiającego wyżej opisaną wysyłkę jak i interfejsu, który umożliwia tworzenie oraz zarządzanie kampanią wysyłkową. Krokiem milowym projektu było stworzenie systemu umożliwiającego warunkową wysyłkę, która zgodnie z sekwencją nastąpi po określonym upływie czasu i sprawdzeniu warunku. Co więcej, projekt zakłada umożliwienie warunkowania wysyłki na podstawie różnych elementów jak na przykład: atrybut prospektu, akcja wykonana na wiadomości (kliknięcie, otwarcie). Elementem dodatkowym w zakresie</p>	31	maj 2027

		projektu jest optymalizacja wysyłki oraz zapewnienie użytkownikowi efektu płynnego wysyłania pomimo ograniczeń czasowych nałożonych na wysyłkę.		
6	<b>GLOBAL STATES</b>	Moduł Globalnych Statystyk to projekt umożliwiający użytkownikowi aplikacji Woodpecker przeglądanie oraz pobieranie danych zagregowanych w zakresie całościowej wysyłki prowadzonej w ramach indywidualnego lub agencyjnego konta. Moduł Globalnych Statystyk to zbiór funkcjonalności i elementów technologicznych umożliwiających agregację danych z dokładnością co do godziny w zakresie elementów takich jak: ilość maili wysłanych, ilość maili odbitych, ilość odpowiedzi o charakterze pozytywnym, negatywnym lub neutralnym jak i uśrednione metryki dotyczące dostarczalności oraz efektywności kampanii wysyłanych za pomocą systemu Woodpecker. Moduł Globalnych Statystyk ma charakter innowacyjny w skali przedsiębiorstwa, między innymi, ze względu na konieczność tworzenia agregatu na podstawie dużych ilości danych (hurtownia danych) oraz konieczność elastycznego skalowania ze względu na rosnącą ilość użytkowników oprogramowania. Co więcej, Moduł Globalnych Statystyk zawiera interpretację zebranych danych w celu wskazania pozytywnych lub negatywnych trendów związanych z prowadzoną wysyłką.	65	czerwiec 2027
7	<b>OWL</b>	Przygotowanie systemu analizującego dane z innych źródeł w tym pozyskanie wiedzy z zakresu pobierania danych z zewnętrznych systemów takich jak strony internetowe. Agregacja tych danych oraz wyświetlanie użytkownikowi w sposób wydajny czasowo. Praca nad projektem umożliwiła zdobycie nowej wiedzy w zakresie algorytmów sztucznej inteligencji i ich wykorzystania w modelowanym zagadnieniu. Konieczność pozyskiwania dużych ilości danych z systemów zewnętrznych oraz ich wydajnego przetwarzania pozwoliły wypracować wydajne metody odpytywania wielu systemów zewnętrznych, a także przechowywania danych z użyciem nierelacyjnych baz danych.	180	czerwiec 2027
8	<b>Warm-Up</b>	Moduł warm-up miał na celu zautomatyzowane budowanie pozytywnej reputacji wysyłającego w świetle mechanizmów kwalifikujących jakość wysyłki w tym filtrów anti-spam. Innowacyjnym elementem modułu jest pozyskiwanie reputacji skrzynki w sposób imitujący manualne działanie użytkownika za pomocą interfejsu jednak całość procesu dzieje się w pełni zautomatyzowany sposób. Moduł warm-up and recovery składa się z niezależnej bazy danych oraz warstwy front-end oraz back-end jak i infrastruktury proxy, które umożliwiają wysyłkę sekwencji mailowych oraz generowanie odpowiedzi na nie jak i przenoszenie między folderami u dostawców poczty oraz oznaczanie wiadomości jako "ważnej" na serwerze pocztowym dostawcy. Działanie to stanowi nie tylko innowację w skali przedsiębiorstwa, ale i w skali rozwiązań dostępnych na rynku, ponieważ w pełnym zakresie imituje manualne akcje użytkownika.	430	grudzień 2027

9	<b>Onboarding</b>	<p>Projekt polegający na stworzeniu infrastruktury związanej z wdrożeniem użytkownika do aplikacji z podniesieniem wskaźnika konwersyjnego. Zakres projektu:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uproszczenie formy logowania do aplikacji</li> <li>2. Przygotowanie serii zmian tekstowych, komunikatów, pop-ups, progress bars i innych form wizualnych przekazujących wiedzę oraz porady dotyczące działania aplikacji</li> <li>3. Optymalizacji procesów działania aplikacji - przyspieszenie działania aplikacji w celu podniesienia pozytywnych wrażeń z użytkowania oraz dostępności aplikacji</li> </ol> <p>Dodatkowo, projekt zawiera osadzanie narzędzi analitycznych na każdym etapie wprowadzania usprawnień w celu analizy danych oraz dostosowania wprowadzanych zmian pod potrzeby konwersyjne. Krokiem milowym projektu było stworzenie zasobów analitycznych, które umożliwią analizowanie wprowadzonych usprawnień oraz tworzenie zestawień statystycznych na podstawie zgromadzonych danych. Dodatkowo, istotnym elementem projektu rozwojowego było przygotowanie wielu drobnych elementów w krytycznych punktach konwersyjnych aplikacji, które w zależności od zaprogramowanej lub zdefiniowanej ścieżki klienta się zmieniają. Kolejnym krokiem milowym projektu było wprowadzenie usprawnień technicznych i technologicznych mających na celu przyspieszenie operacyjności aplikacji na dużych zasobach danych oraz złożonych transakcjach.</p>	818	grudzień 2027
10	<b>Workflows</b>	<p>Celem projektu jest umożliwienie użytkownikowi budowania semi-automatycznych Workflows wspartymi predefiniowanymi wartościami pół do personalizacji. Workflow to proces umożliwiający automatyczne przenoszenie prospektów między kampaniami na podstawie statusu prospektu. Przeniesienie do innej kampanii wsparte zostało możliwością ustawienia defaultowej wartości snippet'a w kampanii przez Użytkownika. Celem biznesowym projektu jest umożliwienie użytkownikowi automatycznego przenoszenia prospektów między kampaniami co bez konieczności ręcznego importu oraz eksportu do innej kampanii. Dodatkowo, do użytkownika została oddana możliwość ustawienia tzw. Fallback'u w przypadku braku dostępnego snippetu z personalizacją. Dodatkowo grupa funkcjonalności zostaje uzupełniona o możliwość ustawienia kampanii w czasie.</p>	149	marzec 2028
11	<b>Templates</b>	<p>Wdrożyliśmy użytkownikowi aplikacji Woodpecker możliwość zapisania predefiniowanych treści wiadomości email składających się z następujących części składowych:</p> <p>Treść wiadomości email;</p> <p>Temat wiadomości.</p> <p>Projekt zakłada zapis oraz edycję szablonów wraz z możliwością zarządzania zapisanymi szablonami poprzez oznaczenie twórcy szablonu czy też utworzenie indywidualnych tagów (znaczniki składające się z nazwy oraz wyróżnika kolorystycznego).</p> <p>Projekt wynika z naturalnej potrzeby użytkowników do nie ponawiania manualnego wpisywania tych samych treści, które są przez nich aktywnie używane w ramach kampanii mailowych wysyłanych z oprogramowania Woodpecker.</p>	55	marzec 2028

12	<b>Product Tours</b>	Celem projektu jest zwiększenie adopcji istniejących oraz nowych funkcji produktu u jego użytkowników, poprzez dedykowany proces wprowadzający użytkownika do danej funkcji oraz jej wartości. Dodatkowo przygotowaliśmy framework-u decyzyjno-systemowego pomagającego podjąć decyzję odnośnie do formy, dla przyszłych implementacji product tours.	75	marzec 2028
13	<b>Wysyłka kampanii z wielu skrzynek</b>	Projekt mający na celu poprawę dostarczalności kampanii mailowych klienta - jest to większą inicjatywą dotyczącą podstaw produktu. Umożliwiając wysyłkę kampanii z wielu skrzynek, zaadresowaliśmy feedback (prośby) naszych użytkowników pomagając im lepiej docierać do swoich klientów	249	październik 2028
14	<b>Optymalizacja procesu podłączania skrzynki mailowej</b>	Zwiększenie liczby użytkowników posiadających poprawnie podłączone (umożliwiające wysyłkę kampanii) skrzynki mailowe, a co za tym idzie, mogących odkryć wartość produktu. Poprawa procesu podłączania skrzynki mailowej (skrócenie czasu, optymalizacja kroków) pozytywnie wpłynęła na liczbę użytkowników bliższych odkryciu wartości produktu.	37	październik 2028
15	<b>Nowy moduł API</b>	Innowacyjnym elementem projektu API jest przebudowanie i/lub stworzenie od podstaw elementów komunikacyjnych z obecnego API w formie zgodnej ze standardem API REST. Co więcej, projekt zakłada integrację oprogramowania Woodpecker z narzędziami dostarczonymi przez zewnętrznych usługodawców w sposób umożliwiający dwukierunkową wymianę danych. Na projekt Restrukturyzacji API składają się następujące elementy: Odtworzenie głównych elementów komunikacyjnych z obecnie istniejącej aplikacji w formie REST, Dobudowanie nowych elementów komunikacyjnych w formie API REST w celu zwiększenia ilości danych dostępnych przy zewnętrznej ekspozycji systemu, Ewaluację oraz wprowadzenie stosownych zabezpieczeń w zakresie bezpieczeństwa wymiany danych za pomocą restrukturyzowanego API, Wybudowanie natywnych integracji między oprogramowaniem Woodpecker a zewnętrznymi narzędziami na podstawie badań w zakresie potrzeb użytkowników przeprowadzonych w czasie trwania projektu. Wspomniane natywne integracje oparte zostały na nowo wybudowanym API.	314	październik 2028
16	<b>Mechanizmy wsparcia dostarczalności</b>	Szereg mniejszych projektów mających na celu poprawę dostarczalności kampanii dla klienta tak aby mógł odkryć wartość produktu. Dostarczalność stanowi kluczową przewagę naszych produktów nad konkurencją, stąd poprawa jak i rozwój tego obszaru o innowacyjne funkcje, jest strategicznie ważny. Wprowadzone innowacje opierają się na wykorzystaniu "mądrych" mechanizmów zarządzania wysyłką tak aby nasz użytkownik zwiększał swoje szanse dotarcia do swoich klientów (poprzez email).	22	październik 2028
17	<b>Integracja z Aircall</b>	Celem projektu jest umożliwienie użytkownikowi wykonania połączenia telefonicznego z poziomu aplikacji Woodpecker. Projekt wykorzystuje biblioteki udostępniane przez narzędzie Aircall celem umieszczenia odpowiedniego okienka w interfejsie aplikacji Woodpecker	46	październik 2028

18	<b>Aplikacja White Label 1.1</b>	Celem projektu jest umożliwienie użytkownikowi (agencji lead generation) zaproszenia swojego klienta do dedykowanej aplikacji z wynikami kampanii tworzonych przez agencję. Dedykowana aplikacja znacznie ułatwia agencjom raportowanie efektów swojej pracy klientom, a klientom umożliwia podgląd kampanii w dowolnym momencie ich trwania. W aplikacji jest dostępny podgląd wszystkich kampanii stworzonych przez agencję, podgląd informacji o osobach do których skierowana była kampania oraz statystyki poszczególnych kampanii. Aplikacja jest dostępna na domenę agencji z jej brandingiem i kolorami. Dodatkowo aplikacja jest przystosowana do używania na różnych rozdzielczościach w tym także na urządzeniach mobilnych	358	październik 2028
19	<b>Moduł Agencyjny</b>	Moduł Agencyjny to projekt umożliwiający użytkownikowi aplikacji Woodpecker dostęp do wielu kont w systemie za pomocą oddzielnie integrującego elementu systemu nazwanego Modułem Agencyjnym. Moduł Agencyjny to zbiór funkcjonalności, które umożliwiają użytkownikowi logowanie oraz zarządzanie jednostkami przynależnymi (subkonta) do jego konta głównego w systemie. Co więcej, system umożliwia podgląd danych statystycznych związanych z aktywnością wysyłki w zakresie wspomnianych kont. Moduł Agencyjny umożliwia przyznawanie dostępu do aplikacji klientom użytkowników, dzięki czemu mogą oni na bieżąco monitorować postęp kampanii oraz wyniki, a także podłączać do systemu swoje skrzynki e-mail z których będą realizowane kampanie. Moduł Agencyjny jest innowacją w zakresie dostępu do danych oraz monitoringu kampanii dla wielu klientów z jednego miejsca. Projekt zakładał stworzenie dashboardu pozwalającego na śledzenie kampanii prowadzonych przez agencję dla jej właścicieli, a dla jej pracowników, uproszczonego logowania się do kont klientów, którymi zarządzają.	1 343	listopad 2028
20	<b>Integracja z DUXSoup</b>	Celem projektu jest umożliwienie użytkownikowi automatycznego nawiązywania kontaktu z klientami za pomocą innego narzędzia, niż email - w tym przypadku jest to LinkedIn. Integracja obejmuje dodanie nowego typu kroku w sekwencji sprzedażowej, zliczanie statystyk pokazujących skuteczność tychże kroków oraz możliwość odczytania wiadomości i odpisania na nie bez konieczności wchodzenia do drugiej aplikacji. Krokiem milowym projektu było przygotowanie integracji z zewnętrznym dostawcą umożliwiającym automatyzację akcji na LinkedIn (dostawca wybrany przez firmę Woodpecker to DUXSoup). Zakres projektu obejmuje też przygotowanie specyfikacji oraz zaznajomienie się z dokumentacją techniczną dostawcy.	531	grudzień 2028
21	<b>Integracja z OpenAI</b>	Celem projektu jest umożliwienie użytkownikowi wygenerowanie treści maila za pomocą sztucznej inteligencji. Funkcja jest dostępna w widoku tworzenia kampanii w aplikacji Woodpecker. Użytkownik będzie wpisywał krótką instrukcję w dedykowanym do tego oknie. Po kliknięciu w odpowiedni przycisk instrukcja zostanie wysłana do aplikacji OpenAI, która przygotuje według niej treść maila i wyśle nam w odpowiedzi. Tak wygenerowana treść pojawi się w okienku edycji maila i użytkownik będzie mógł ją przeredagować oraz uzupełnić o personalizację.	45	grudzień 2028

22	<b>Spamword Finder</b>	Celem projektu jest umożliwienie użytkownikowi wykrycie słów, które mogą spowodować, że jego mail wpadnie do spamu. W ten sposób użytkownik wie, które słowa powinien zastąpić innymi. Rozszerzenie tej funkcji obejmuje takie działania, jak: dodanie słów w innym języku niż angielskim, połączenie z już istniejącym mechanizmem Spamcheck w celu zapewnienia jak największej kontroli nad jakością treści, sugerowanie synonimów słów uznawanych za potencjalnie niebezpieczne.	10	grudzień 2028
23	<b>Nowa metryka wartości (rozliczeniowa)</b>	Zmiana metryki rozliczeniowej w produktach na taką która odzwierciedla wartość jaką użytkownik czerpie z produktów (jest związana z przełożeniem Woodpeckera na biznes/cele użytkownika). Dzięki wprowadzeniu metryk wartości spójnych z postrzeganiem wartości wnoszonej przez produkt dla użytkownika, spodziewamy się wzrostu ilości płatnych klientów jak i zwiększenia przewagi konkurencyjnej na rynku (model metry oparty o faktyczne użycie to wyróżnik).	328	grudzień 2028
24	<b>Podział produktów V1</b>	Zwiększyliśmy klarowność wyboru produktu przez użytkownika (tak aby użytkownik miał pewność jaki produkt wybrał). Wyzaczyliśmy pierwsze granice pomiędzy produktami, tak aby mogły one rozwijać się niezależnie i dawać więcej wartości użytkownikom w obrębie konkretnych obszarów (jak cold e-mail, omnichannel mailing, czy lead generation).	76	marzec 2029
25	<b>Prospects MVP</b>	Zbudowanie MVP (Most Valuable Product) systemu Woodpecker Prospects, który służy do pozyskiwania danych email, na podstawie informacji o imieniu, nazwisku i domenie firmy, w której dana osoba pracuje. Projekt umożliwia wprowadzenie nowego produktu, który będzie dodatkowym źródłem przychodu. Narzędzie opiera się na innowacyjnych algorytmach analizujących dane wejściowe, kompilujące na podstawie rozbudowanych wzorców adres email i potwierdzający jego poprawność. Wbudowana integracja z pozostałymi modułami WP takimi jak Cold Email pozwoliła zbudować komplementarne rozwiązanie.	844	kwiecień 2029
26	<b>Sales Assistant Dashboard</b>	Stworzyliśmy dla klienta widok umożliwiający agregowanie danych i informacji potrzebnych do lepszego zarządzania swoim kontem Woodpecker. Widok spełnia cel informacyjny (statystyki) oraz umożliwia użytkownikowi szybsze reagowanie na problemy, które mogą mieć realny wpływ na jego pracę (rozłączone skrzynki, zadania do rozwiązania). Wprowadzenie tego widoku wiązało się również z użyciem nowej technologii - Angular - co wymagało przygotowania struktury kodu.	279	marzec 2029
27	<b>Scale MVP</b>	Stworzyliśmy element oprogramowania, który umożliwia automatyczne generowanie i personalizację treści (w tym treści wideo) w celu późniejszego włączenia ich do kampanii mailowych klientów aplikacji Woodpecker. Poprzez generowanie treści rozumie się m.in. przygotowywanie automatycznych elementów kampanii mailowej takich jak treść czy CTA (Call to action) lub subject line. Co więcej, automatyczne generowanie treści ma na celu automatyczne generowanie skryptu do nagrań wideo, które będą podlegały późniejszej personalizacji. Po automatycznym uzupełnieniu treści wideo zarówno głos jak i obraz nagrania zostaną automatycznie dostosowane do odczytywanej treści snippetu w taki sposób, aby utrzymać realistyczny obraz.	662	marzec 2029

28	<b>White Label 1.2</b>	Rozszerzyliśmy aplikację White Label o funkcjonalności związane z zarządzaniem i podpinaniem skrzynek mailowych przez klientów agencji. Dodatkowo w aplikacji został rozwinięty moduł dotyczący danych statystycznych w odniesieniu zarówno do poszczególnych kroków kampanii jak i konkretnych prospektów. Dzięki temu klient agencji otrzymuje jeszcze bardziej dokładne informacje o realizacji kampanii i wynikach.	12	czerwiec 2029
29	<b>Lead finder - iteracja 1 (Lead finder w "core" produktach)</b>	Aby dać użytkownikom pełny experience cold outreach-u oraz stworzyć nowy strumień przychodu, wprowadziliśmy natywną wyszukiwarkę lead-ów w produktach Cold E-mail, Sales Assistant i Agency. Wierzymy, iż ta funkcjonalność pomoże (szczególnie nowym użytkownikom) osiągnąć szybciej wartość produktu a przez to go zakupić i pozostać jego użytkownikiem (co docelowo będzie miało pozytywny wpływ na cały biznes i wyniki).	326	październik 2029
30	<b>Spintax</b>	Wdrożyliśmy wsparcie dla składni spintax w treści maila. Spintax jest ogólnym standardem zmiany treści tekstowych, dzięki wsparciu go w aplikacji Woodpecker nasi użytkownicy mogą tworzyć kampanie mailowe osiągające lepsze wyniki docieralności do odbiorcy a przez to mieć więcej wartości z samej aplikacji.	30	październik 2029
31	<b>Mechanizm kupna domen i skrzynek (integracja z Mailreef.com)</b>	Z racji coraz mocniej regulującego się rynku cold e-mail, aby poprawić dostarczalność naszych użytkowników, daliśmy im opcje zakupienia/dodania dodatkowych skrzynek mailowych (w innych domenach - zgodnie z dobrymi praktykami dostarczalności) w naszym produkcie. Wybraliśmy Mailreef.com jako partnera technologicznego który dostarcza nam domeny i skrzynki. Koncept ten podzielony jest na: część pośredniej prostej integracji z Mailreef.com (user musi założyć osobne konto w Woodpecker i Mail Reef, zaś integracja oparta jest o API) część bezpośredniej integracji (white label) z Mailreef.com - wersja MVP, gdzie user widzi tzw. flow do zamówienia domen i skrzynek w apce Woodpeckera zaś setup domen/skrzynek w Mailreef.com, i dodanie ich konta usera, realizowane są manualnie przez nas.	41	październik 2029
32	<b>Lead finder - iteracja 2</b>	Aby zapewnić użytkownikom kompleksowe doświadczenie w zakresie cold outreachu oraz otworzyć nowy strumień przychodów, wdrożyliśmy natywną wyszukiwarkę prospektów w produktach Cold E-mail, Sales Assistant i Agency. Rozwiązanie to pozwala na szybkie identyfikowanie i segmentowanie potencjalnych klientów bez konieczności korzystania z zewnętrznych baz danych. Integracja z naszym ekosystemem umożliwia automatyzację procesów prospectingu, co zwiększa efektywność kampanii sprzedażowych. Dodatkowo zastosowaliśmy zaawansowane algorytmy filtrowania i scoringu, aby użytkownicy mogli precyzyjnie targetować najbardziej wartościowe leady.	163	listopad 2029
33	<b>Campaign Management - Iteracja 1</b>	Projekt rozwoju widoku wszystkich kampanii realizowanych przez daną agencję. Wprowadziliśmy nowy sposób na masowe zmiany przy tak dużej ilości kampanii na raz. Wprowadziliśmy również możliwość sortowania, filtrowania. Główne założenia to możliwość masowej ingerencji w wiele kampanii, ale również analiza wyników kampanii wszystkich kampanii (dla wszystkich klientów)	66	grudzień 2029

34	<b>Nowy Bounce Shield intergracja</b>	Aby zwiększyć wartość istniejącej technologii monitorowania wysyłki kampanii mailowych w kontekście osiągania limitów, wdrożyliśmy natywną integrację tej technologii dla wszystkich użytkowników. Rozwiązanie to umożliwia ścisłą kontrolę nad procesem wysyłki, pozwalając na łatwiejsze monitorowanie i dostosowywanie działań do obowiązujących limitów. Dodatkowo, wprowadziliśmy obsługę nowych parametrów, które umożliwią bardziej precyzyjne dostosowanie strategii wysyłki. Użytkownicy mogą zarządzać stanem technologii bezpośrednio z poziomu aplikacji Woodpecker, co zautomatyzowało procesy i zwiększyło efektywność kampanii, eliminując ryzyko przekroczenia limitów.	70	grudzień 2029
35	<b>Obsługa wygasania tokena auth dla skrzynek</b>	W odpowiedzi na zmiany rynkowe dotyczące mechanizmu autoryzacji użytkowników, wprowadzone przez jednego z kluczowych dostawców poczty – firmę Google, wdrożono mechanizm powiadamiania użytkowników o konieczności reautoryzacji ich skrzynek pocztowych. Nowe rozwiązanie zapewnia automatyczne i terminowe notyfikacje, minimalizując ryzyko przerw w wysyłce kampanii mailowych. Dodatkowo umożliwia użytkownikom szybki i intuicyjny proces ponownej autoryzacji bezpośrednio w aplikacji Woodpecker, co zwiększa wygodę i efektywność zarządzania kontami. Dzięki temu zapewnimy nieprzerwane działanie kampanii oraz utrzymanie wysokiej dostarczalności wiadomości.	74	grudzień 2029
36	<b>Uwierzytelnianie dwu-składnikowe (2FA)</b>	W ramach tej zmiany wdrożyliśmy mechanizm dwuskładnikowego uwierzytelniania (2FA), który zwiększa bezpieczeństwo kont użytkowników w aplikacji Woodpecker. Rozwiązanie to wprowadza dodatkową warstwę ochrony, wymaga potwierdzenia tożsamości za pomocą drugiego czynnika, takiego jak kod SMS lub aplikacja uwierzytelniająca. Implementacja 2FA zmniejsza ryzyko nieautoryzowanego dostępu do kont, chroniąc zarówno dane użytkowników, jak i skuteczność prowadzonych kampanii. Proces aktywacji jest intuicyjny, a elastyczne opcje uwierzytelniania pozwalają dostosować zabezpieczenia do indywidualnych preferencji użytkowników.	14	styczeń 2030
37	<b>Plany oparte o limity</b>	Projekt ułatwia zrozumienie naszej oferty, przechodząc z wielu produktów na prostszą strukturę opartą o plany. Zamiast skomplikowanej oferty, komunikujemy się z użytkownikami poprzez elastyczne plany, które będą dopasowane do ich potrzeb. Plany te opierają się wyłącznie na limitach, takich jak liczba skontaktowanych (contacted) i przechowywanych (stored) leadów, zgrupowanych w odpowiednie kategorie. Dzięki temu podejściu, segmentacja użytkowników na plany jest dynamiczna i łatwa do implementacji, co upraszcza proces wyboru najlepszego rozwiązania dla użytkownika i poprawia jego doświadczenie z produktem.	79	luty 2030
38	<b>Campaign Reports</b>	Głównym założeniem inicjatywy jest umożliwienie agencji typu lead gen na przedstawienie wyników swojej pracy przed ich klientem. W prostej, ładnej i wystarczająco wyczerpującej formie pokazujemy raport z kampanii (jednej lub wielu) za dany okres. Generowany w ten sposób plik PDF może zostać wysłany do klienta końcowego i być podstawą do rozliczenia się pomiędzy agencją a jej klientem końcowym.	48	luty 2030
39	<b>Usprawnienie mechanizmów</b>	W odpowiedzi na problemy użytkowników związane z domenami wykorzystywanymi do śledzenia parametrów wysyłki kampanii mailowych, wprowadziliśmy innowacyjny mechanizmu	71	marzec 2030

	<b>obsługi domen traktujących</b>	monitorowania domen. System automatycznie wykrywa nieprawidłowości, takie jak błędy konfiguracji czy problemy z wydajnością i na tej podstawie wysyła notyfikacje do użytkowników o konieczności podjęcia działań naprawczych. Dzięki temu użytkownicy mogą szybko reagować, aby zapewnić poprawne działanie domen i utrzymać wysoką jakość wysyłki kampanii. To rozwiązanie nie tylko minimalizuje ryzyko problemów z dostarczalnością, ale także zwiększa wygodę i efektywność korzystania z systemu.		
40	<b>Obsługa zapisu wysłanych wiadomości w folderze "sent"</b>	Wprowadzenie funkcjonalności zapisywania wysłanych wiadomości w folderze "Sent" w skrzynce pocztowej użytkownika, co umożliwia łatwy dostęp do historii wysłanych wiadomości. System rejestruje tylko wiadomości wysłane w ramach kampanii przeprowadzanych za pomocą Woodpeckera, zapewniając użytkownikom pełną kontrolę nad ich kampaniami i ułatwiając późniejsze śledzenie komunikacji. Ta funkcjonalność poprawia wygodę korzystania z aplikacji, umożliwiając łatwe zarządzanie wysłanymi wiadomościami i kontrolowanie wyników kampanii.	38	marzec 2030
41	<b>Lead finder - iteracja 3.</b>	Aby zapewnić użytkownikom pełne doświadczenie cold outreach-u oraz otworzyć nowy strumień przychodu, wdrożyliśmy natywną wyszukiwarkę prospektów w produktach Cold E-mail, Sales Assistant i Agency. Umożliwia to użytkownikom szybkie i łatwe pozyskiwanie odpowiednich leadów bez konieczności korzystania z zewnętrznych narzędzi. Epic obejmuje również listę usprawnień do Lead Findera, które poprawiają precyzję wyszukiwania oraz efektywność procesu prospectingu. Metryką sukcesu będzie wzrost MRR (Monthly Recurring Revenue), który będzie bezpośrednio związany z rosnącym zainteresowaniem nowymi funkcjami oraz ich wpływem na generowanie przychodu.	225	Kwiecień 2030
42	<b>Tabela Prospect</b>	Użytkownik widzi opcję przejścia do Tabeli Prospects na górnym pasku aplikacji > "Prospects" Tab w aplikacji Woodpecker. Wcześniej tabela prospects przetwarzała prospekty w przeglądarce tj. przesyłała wszystkie dane dot. Prospektów bezpośrednio do przeglądarki, gdzie otwarta była karta "Prospects" co powodowało duże opóźnienia w pracy przeglądarki oraz utrudnia lub uniemożliwia użytkownikowi efektywne używanie tabeli. Stworzyliśmy tabelę prospects przetwarzającą dane prospektów na serwerze z założeniem tzw. Eventual consistency oraz wyświetlenie jej jako integralnego taba Prospects w aplikacji Woodpecker.  Wartością biznesową projektu jest dostosowanie technicznego stanu aplikacji do użytkowania przez klientów cechujących się użyciem większych wolumenów danych. Wg prognozy są to użytkownicy powyżej 10 slotów podłączonych do aplikacji Woodpecker i/lub klienci agencyjni co przełoży się w sposób znaczący na wynik finansowy spółki Woodpecker oraz wpłynie pozytywnie na churn użytkowników napotykających problem z wydajnością aplikacji.	1 156	maj 2030
43	<b>Nowe opcje blacklist-owania prospektów</b>	Na podstawie zebranego feedbacku od większych klientów, dotyczącego usprawnień w procesie blacklist-owania prospektów, wprowadziliśmy te zmiany do aplikacji. Nowe funkcje pozwalają użytkownikom na łatwiejsze i bardziej precyzyjne zarządzanie listą zablokowanych kontaktów, co poprawia efektywność kampanii i pomaga uniknąć problemów z reputacją nadawcy. Usprawnienia obejmują m.in. lepszą filtrację, łatwiejszy dostęp do historii blacklistowania oraz	126	maj 2030

		automatyczne aktualizacje statusu prospektów. Dzięki tym zmianom użytkownicy mogą szybciej reagować na niepożądane kontakty, co pozytywnie wpłynie na jakość ich kampanii e-mailowych.		
	<b>Razem</b>		<b>9 855</b>	

## 6.2 Rzeczowe aktywa trwałe

Najistotniejszą pozycją rzeczowych aktywów trwałych Spółki jest infrastruktura sprzętowa (komputery, serwery, telefony) wykazywana w pozycji Urządzenia techniczne i maszyny oraz poniesione nakłady inwestycyjne w powierzchniach biurowych będących przedmiotem najmu ujmowane w pozycji Budynki i lokale. W pozycji Środki transportu Spółka wykazuje własną flotę samochodową wykorzystywaną dla celów prowadzenia działalności gospodarczej.

W bieżącym okresie sprawozdawczym Spółka nie zawarła istotnych, jednostkowych transakcji nabycia lub sprzedaży rzeczowych aktywów trwałych.

Na koniec okresów prezentowanych w niniejszym Skróconym śródrocznym sprawozdaniu finansowym Spółka oceniła, że nie występują obiektywne przesłanki utraty wartości składników rzeczowych aktywów trwałych.

## 6.3 Aktywa z tytułu prawa do użytkowania

Spółka występuje jako leasingobiorca w umowach, których przedmiotem jest użytkowanie powierzchni biurowych wynajmowanych w celu prowadzenia działalności gospodarczej, umowach leasingu samochodów oraz umowach leasingu serwerów fizycznych i wirtualnych.

Na koniec okresów prezentowanych w niniejszym Skróconym śródrocznym sprawozdaniu finansowym Spółka oceniła, że nie występują obiektywne przesłanki utraty wartości składników aktywów z tytułu prawa do użytkowania.

## 6.4 Pozostałe aktywa niefinansowe

	30 czerwca 2025	31 grudnia 2024
<b>Długoterminowe</b>	<b>98</b>	<b>73</b>
<i>Inne aktywa</i>		
Kaucje	98	73
<b>Krótkoterminowe</b>	<b>586</b>	<b>611</b>
<i>Przedpłacone usługi</i>	<b>171</b>	<b>182</b>
Usługi reklamowe		
Polisy i subskrypcje na oprogramowanie	171	182
<i>Inne aktywa</i>	<b>415</b>	<b>429</b>
Zaliczki na dostawy	39	9
Kaucje	-	73
Należności z tytułu podatków (z wyłączeniem podatku CIT) oraz ubezpieczeń społecznych	376	347
Pozostałe		
<b>Razem</b>	<b>684</b>	<b>684</b>

## 6.5 Pozostałe zobowiązania niefinansowe

	30 czerwca 2025	31 grudnia 2024
Zobowiązania z tytułu niewykorzystanych urlopów	145	138
Zobowiązania z tytułu wynagrodzeń dla pracowników	244	281
Zobowiązania z tytułu programu kafeterijnego i ZFŚS	12	13
Zobowiązania z tytułu podatków (z wyłączeniem podatku CIT) oraz ubezpieczeń społecznych	274	302
Inne zobowiązania niefinansowe	17	4
<b>Razem</b>	<b>692</b>	<b>738</b>

## 6.6 Rezerwa na świadczenia pracownicze i pozostałe rezerwy

	30 czerwca 2025	31 grudnia 2024
<b>Długoterminowe</b>	<b>16</b>	<b>16</b>
Odprawa emerytalna	16	16
<b>Krótkoterminowe</b>	<b>26</b>	<b>179</b>
Likwidacja inwestycji w obcym obiekcie		91
Rezerwa na koszty związane z badaniem sprawozdania finansowego	26	88
<b>Razem</b>	<b>42</b>	<b>195</b>

---

## 7. POZOSTAŁE NOTY OBJAŚNIAJĄCE

---

### 7.1 Zysk na akcję

---

Podstawowy zysk na akcję oblicza się poprzez podzielenie zysku netto przypadającego na akcjonariuszy jednostki przez średnią ważoną liczbę wyemitowanych akcji.

Rozwodniony zysk na akcję wylicza się poprzez podzielenie zysku netto przypadającego na akcjonariuszy jednostki przez średnią ważoną liczbę wyemitowanych akcji, skorygowaną o liczbę potencjalnych akcji, które mogłyby być wyemitowane w wyniku konwersji rozwadniających instrumentów kapitałowych na akcje.

W okresach objętych niniejszym Skróconym śródrocznym sprawozdaniem finansowym wystąpiły instrumenty kapitałowe mogące spowodować rozwodnienie zysku na akcje.

#### **Regulacje dotyczące programu motywacyjnego**

W dniu 27 czerwca 2023 r. Zwyczajne Walne Zgromadzenie podjęło Uchwałę o Emisji Warrantów, na podstawie której Zwyczajne Walne Zgromadzenie zaakceptowało możliwość warunkowego podwyższenia kapitału zakładowego Spółki o kwotę nie wyższą niż 45.000,00 PLN w drodze emisji Akcji Serii B w liczbie nie większej niż 450.000 akcji.

Warunkowe podwyższenie kapitału zakładowego Spółki ma na celu przyznanie praw do objęcia Akcji Serii B posiadaczom warrantów subskrypcyjnych, które mogą być nieodpłatnie emitowane w liczbie nie większej niż 450.000 w latach 2023-2026. Warranty będą emitowane w trzech transzach przypadających na każdy pełny rok obrotowy trwania Programu Motywacyjnego. Uprawnionymi do objęcia warrantów są wyłącznie uczestnicy Programu Motywacyjnego, tj. pracownicy Spółki lub osoby stale świadczące usługi na rzecz Spółki na podstawie odpowiedniej umowy cywilnoprawnej. Warunkiem uzyskania statusu Uczestnika Programu Motywacyjnego jest zawarcie ze Spółką umowy o uczestnictwo w Programie Motywacyjnym.

Program Motywacyjny został stworzony w celu utworzenia mechanizmu zachęt służących do między innymi:

- utrzymania współpracy z kluczowymi osobami posiadającymi określone kompetencje i doświadczenie
- pozyskania nowych kluczowych osób
- motywowania kluczowych osób w celu osiągnięcia celów finansowych wyznaczonych na najbliższe lata.

Uczestnikami Programu Motywacyjnego mogą być Członkowie Zarządu oraz pracownicy Spółki, to jest osoby fizyczne zatrudnione w Spółce na podstawie umowy o pracę lub stale świadczące na rzecz Spółki usługi na podstawie umów cywilnoprawnych. Członkowie Rady Nadzorczej nie mogą uczestniczyć w Programie Motywacyjnym. W oparciu o Uchwałę o Emisji Warrantów w dniu 17 października 2023 r. Rada Nadzorcza przyjęła regulamin Programu Motywacyjnego („Regulamin”) szczegółowo określający zasady uczestnictwa w Programie. Program Motywacyjny realizowany będzie w latach 2023-2026, w trzech transzach przypadających na każdy pełny rok obrotowy trwania Programu Motywacyjnego. Do ustalenia listy uczestników uprawnionych do udziału w Programie Motywacyjnym został upoważniony

Zarząd Spółki, który na dzień prezentacji raportu zakwalifikował 38 uczestników, w tym jednego Członka Zarządu. Zarząd jest upoważniony do zmiany listy pracowników, nie później niż do dnia 31 marca każdego roku obrotowego trwania Programu Motywacyjnego, co wymaga uchwały Zarządu.

Regulamin określa, w szczególności warunki obejmowania warrantów subskrypcyjnych serii A oraz nabywania akcji serii B przez uprawnionego uczestnika Programu Motywacyjnego. Zgodnie z Regulaminem oraz Uchwałą o Emisji Warrantów emisja warrantów uzależniona jest od poziomu zrealizowanego celu, w każdym kolejnym roku obrotowym trwania Programu Motywacyjnego, aż do wyczerpania pełnej puli warrantów. Celem jest osiągnięcie przez Spółkę skonsolidowanego przychodu rocznego w wysokości nie niższej niż odpowiednio 50 mln PLN, 75 mln PLN oraz 100 mln PLN. Liczba warrantów przeznaczonych do objęcia w danej transzy przez uczestników Programu Motywacyjnego uzależniona jest od ustalonego przez Radę Nadzorczą poziomu realizacji celu. Określenie liczby warrantów zaoferowanych do objęcia poszczególnym uczestnikom jest autonomiczną kompetencją Zarządu, z zastrzeżeniem uczestników Programu Motywacyjnego będących Członkami Zarządu – w ich przypadku liczbę warrantów zaoferowanych do objęcia określa Rada Nadzorcza w drodze uchwały. Posiadacz warrantów będzie uprawniony do objęcia akcji serii B w liczbie równej posiadanym przez niego warrantów po cenie emisyjnej równej 31,69 PLN pokrytej wyłącznie wkładami pieniężnymi.

Na dzień bilansowy w ramach Programu Motywacyjnego nie zostały zaoferowane przez Spółkę (ani tym samym objęte przez uczestników) żadne warrantów subskrypcyjne.

	6 miesięcy do 30 czerwca 2025	6 miesięcy do 30 czerwca 2024
<b>Zysk netto (działalność kontynuowana)</b>	<b>(1 049)</b>	<b>201</b>
Wpływ rozwodnienia		
<b>Zysk netto, skorygowany o efekt rozwodnienia</b>	<b>(1 049)</b>	<b>201</b>
Średnia ważona liczba udziałów zwykłych - dla celów ustalenia podstawowego zysku na akcję	5 000	5 000
Średnia ważona liczba akcji zwykłych dla celów ustalenia rozwodnionego zysku na akcję	5 450	5 375
<b>Podstawowy zysk na akcję (w PLN) - działalność kontynuowana</b>	<b>(0,19)</b>	<b>0,04</b>
<b>Rozwodniony zysk na akcję (w PLN) - działalność kontynuowana</b>	<b>(0,19)</b>	<b>0,04</b>

## 7.2 Transakcje z jednostkami powiązanymi

W okresach objętych niniejszym Skróconym śródrocznym sprawozdaniem finansowym Spółka nie należała do Grupy Kapitałowej, nie była w sposób pośredni lub bezpośredni kontrolowana przez inny podmiot, oraz nie posiadała udziałów w jednostkach zależnych.

Członkowie Zarządu Spółki, Rady Nadzorczej oraz bliscy członkowie ich rodzin ani inne podmioty z nimi powiązane, dokonywali transakcji ze Spółką mających istotny wpływ na zysk okresu sprawozdawczego oraz sytuację finansową Spółki. Wartość transakcji z jednostkami powiązanymi za okres 01-06.2025 wyniosła 1 088 tys. PLN (za okres 01-06.2024 wyniosła 945 tys. PLN)

Zakup od:	Koszty		Zobowiązania handlowe	
	6 miesięcy do 30 czerwca 2025	6 miesięcy do 30 czerwca 2024	6 miesięcy do 30 czerwca 2025	6 miesięcy do 30 czerwca 2024
MT Mateusz Tarczyński	149	219	0	18
Maciej.cieśla.pl Maciej Cieśla	223	228	46	47
Art and Design Kinga Tarczyńska	0	120	0	25
Bouncer Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	173	80	23	15
Małgorzata Sikora	225	241	46	49
FLY ON THE CLOUD Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	44	61	8	0
Mateusz Klinger	49	44	9	7
Adam Biel	225	0	46	0
<b>Razem</b>	<b>1 088</b>	<b>993</b>	<b>178</b>	<b>161</b>

Przychody ze sprzedaży oraz należności handlowe w okresie sprawozdawczym nie wystąpiły.

### 7.3 Wynagrodzenie i pozostałe transakcje z kluczowym personelem kierowniczym

#### Wynagrodzenie kluczowego personelu kierowniczego

Za członków kluczowego personelu kierowniczego Spółka uznaje Zarząd Spółki oraz Radę Nadzorczą.

	6 miesięcy do 30 czerwca 2025	6 miesięcy do 30 czerwca 2024
Krótkoterminowe świadczenia pracownicze	720	704
Świadczenia po okresie zatrudnienia		
<b>Razem</b>	<b>720</b>	<b>704</b>

Krótkoterminowe świadczenia pracownicze dotyczą kosztów wynagrodzeń z tytułu powołania i umów o współpracę członków Zarządu. W latach 2024 i 2025 Rada Nadzorcza nie pobierała wynagrodzenia.

Świadczenia niepieniężne otrzymywane przez członków kluczowego personelu kierowniczego Spółki dotyczą przede wszystkim korzystania przez nich z pakietów medycznych i samochodów służbowych. Wartość tych świadczeń za okres 01-06.2025 wyniosła 154 tys. PLN (za 01-06.2024 146 tys. PLN).

### 7.4 Koszty świadczeń pracowniczych

	6 miesięcy do 30 czerwca 2025	6 miesięcy do 30 czerwca 2024
Wynagrodzenia	2 038	2 446
Płatności w formie akcji	-	4
Ubezpieczenia społeczne	336	436
Inne świadczenia pracownicze	118	153
<b>Razem</b>	<b>2 492</b>	<b>3 039</b>

### 7.5 Zobowiązania warunkowe

Spółka na okresy objęte niniejszym sprawozdaniem nie posiada zobowiązań warunkowych

---

## **7.6 Wpływ agresji zbrojnej Rosji na Ukrainę na działalność gospodarczą Spółki**

---

21 lutego 2022 r. wybuchł konflikt zbrojny w Ukrainie. W związku z wpływem tego konfliktu na sytuację polityczno – gospodarczą w Europie i na świecie Woodpecker.co uwzględniła zalecenia KNF wydane 2 marca 2022 r. dla emitentów papierów wartościowych. W związku z powyższym Spółka:

1. przeprowadziła analizę ryzyk dla działalności Woodpecker.co wynikających z tego konfliktu,
2. przeprowadziła analizę potencjalnego wpływu konfliktu na niniejsze Skrócone śródroczne sprawozdanie finansowe oraz zdolność Spółki do kontynuacji działalności:
  - przeanalizowano stawki amortyzacji rzeczowych aktywów trwałych oraz wartości niematerialnych zastosowane dla aktywów posiadanych przez Spółkę na dzień 30 czerwca 2025 r. i nie stwierdzono potrzeby zmiany szacunków dotyczących okresów ekonomicznej użyteczności i stawek amortyzacyjnych rzeczowych aktywów trwałych i wartości niematerialnych,
  - nie dokonano zmiany osądów stosowanych do wyceny zobowiązań z tytułu leasingu. Stwierdzono, że okres leasingu przyjęty do wyceny zobowiązania leasingowego z tytułu umów najmu na czas nieokreślony właściwie odzwierciedla najbardziej prawdopodobny okres leasingu, uwzględniając przy tym wszystkie fakty i okoliczności związane z wybuchem wojny. Ponadto, w okresie objętym niniejszym Skróconym śródrocznym sprawozdaniem finansowym Spółka nie otrzymała ani nie udzieliła ulg czynszowych ani nie zmieniła istotnie zakresu zawieranych umów leasingowych.
  - rozważono wpływ sytuacji polityczno - gospodarczej na aktywa finansowe Spółki wyrażone w walucie obcej. Jak pokazuje nota 5.2, Spółka nie posiada istotnych aktywów w walucie obcej w związku z czym wahania kursów walutowych byłyby nieistotne dla Skróconego śródrocznego sprawozdania finansowego.
  - rozważono wpływ przesłanek wywołanych wojną na rachunkowość instrumentów finansowych zgodnie z MSSF 9. W ocenie Zarządu Spółki, dotychczasowa klasyfikacja aktywów finansowych oraz ocena modelu biznesowego utrzymywania aktywów finansowych jest prawidłowa i nie wystąpiły przesłanki zmiany sposobu ich ujmowania.
  - przeprowadzono analizę pod kątem ściągальności należności handlowych od kontrahentów Spółki związanych ze stronami biorącymi udział w konflikcie zbrojnym w Ukrainie. W okresie objętym niniejszym Skróconym śródrocznym sprawozdaniem finansowym nie zidentyfikowano istotnych należności od tejże grupy kontrahentów.
  - rozważono wpływ konfliktu na wycenę aktywów do wartości godziwej, nie zidentyfikowano takich istotnych aktywów.
  - rozważono czy wybuch wojny w Ukrainie i skutki jakie on wywołał nie wpłynęły na zdolność Spółki do kontynuacji działalności. Na dzień 30 czerwca 2025 r. Spółka wykorzystywała kredyt w rachunku bieżącym w kwocie 320 tys. PLN. Na dzień 30 czerwca 2025 r. Spółka nie zidentyfikowała istotnych niepewności dotyczących zdarzeń lub okoliczności, które mogłyby nasuwać poważne wątpliwości co do jej zdolności do kontynuowania działalności.

---

## **7.7 Zdarzenia po dacie bilansowej**

---

Nie wystąpiły.

## **Zatwierdzenie Skróconego śródrocznego sprawozdania finansowego**

Niniejsze Skrócone śródroczne sprawozdanie finansowe zostało zatwierdzone przez Zarząd Spółki dnia 10 września 2025 roku.

**Małgorzata Sikora**

Prezes Zarządu

**Maciej Cieśla**

Wiceprezes Zarządu

**Adam Biel**

Członek Zarządu

**Małgorzata Słowik**

Główna Księgowa