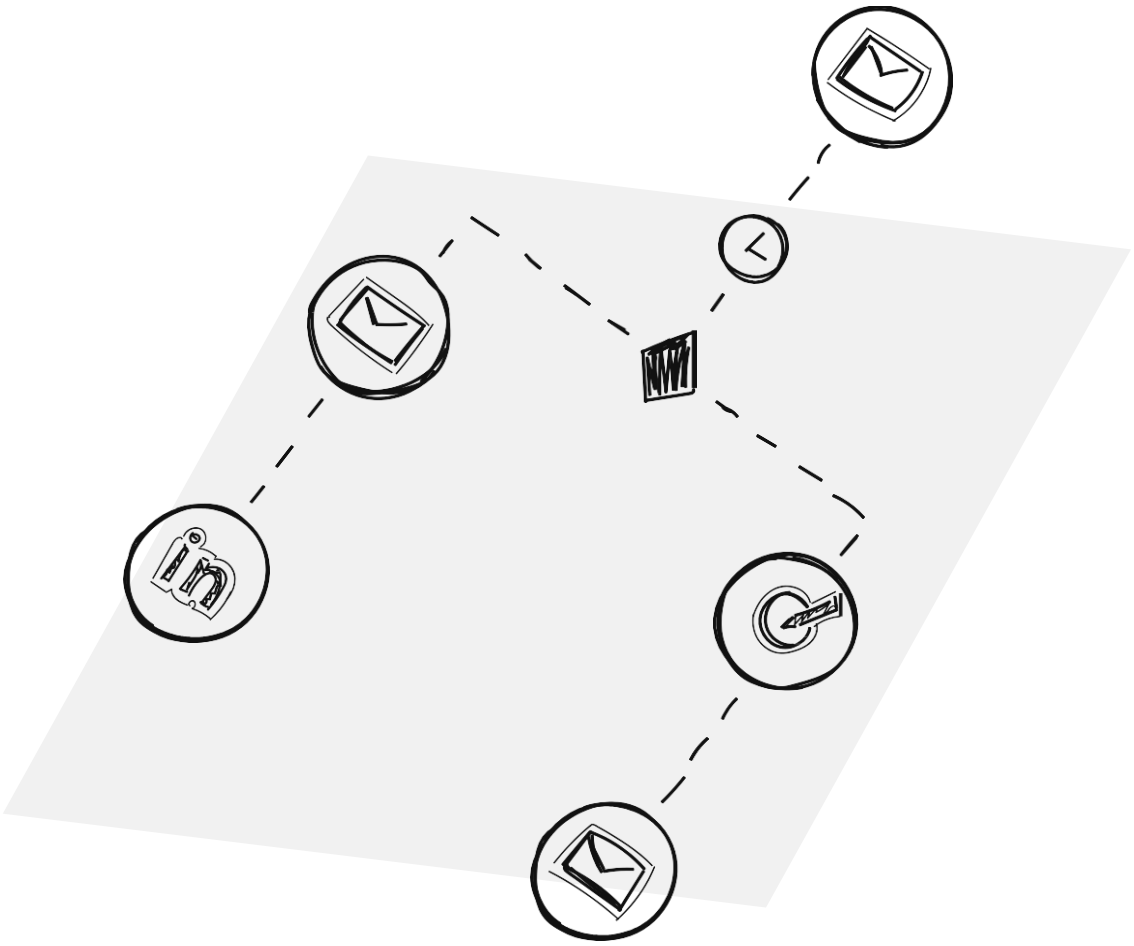

Woodpecker.co S.A.

Skrócone śródroczne sprawozdanie finansowe za okres 9 miesięcy zakończony 30 września 2026 roku

Wrocław, 24 listopada 2026 r.

SPIS TREŚCI

SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW 4

SPRAWOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJ 5

SPRAWOZDANIE Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH 6

SPRAWOZDANIE ZE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM 7

1. INFORMACJE OGÓLNE 9

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 10
1.4 podstawa sporządzenia skróconego śródrocznego sprawozdania finansowego 10
1.5 Ważne szacunki i osądy 10
1.6 Wpływ nowych standardów i interpretacji 11
1.7 Znaczące wydarzenia i transakcje w okresie do 30 września 2026 14
1.8 Waluta funkcjonalna i transakcje w walutach obcych 17

2. NOTY OBJAŚNIAJĄCE DO SPRAWOZDANIA Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW 18

2.1 Przychody z umów z klientami 18
2.2 Zobowiązania z tytułu umów 18
2.3 Inne przychody i koszty operacyjne 19
2.4 Przychody i koszty finansowe 19
2.5 Koszt wytworzenia na własne potrzeby 20

3. NOTY OBJAŚNIAJĄCE DOTYCZĄCE OPODATKOWANIA 21

3.1 Podatek dochodowy 21

4. NOTY OBJAŚNIAJĄCE DO SPRAWOZDANIA Z PRZEPŁYWÓW PIENIEŻNYCH ORAZ INFORMACJE DOTYCZĄCE ZADŁUŻENIA 23

4.1 Polityka zarządzania kapitałem i zadłużenie netto 23
4.2 Kapitał własny 24
4.3 Zobowiązania z tytułu leasingu 24
4.4 Środki pieniężne i ich ekwiwalenty 26

5. INSTRUMENTY FINANSOWE I ZARZĄDZANIE RYZYKIEM FINANSOWYM 27

5.1 Instrumenty finansowe i wartość godziwa 27
5.2 Należności handlowe i pozostałe aktywa finansowe 27
5.3 Zobowiązania handlowe i pozostałe zobowiązania finansowe 27
5.4 Zarządzanie ryzykiem finansowym 28
5.4.1 Zasady zarządzania ryzykiem finansowym 28
5.4.2 Ryzyko kredytowe 28
5.4.3 Ryzyko utraty płynności finansowej 29
5.4.4 Ryzyko walutowe 30
5.4.5 Ryzyko stóp procentowych 31

6. NOTY OBJAŚNIAJĄCE DO SPRAWOZDANIA Z SYTUACJI FINANSOWEJ 32

6.1 Wartości niematerialne 32
6.2 Rzeczowe aktywa trwałe 50
6.3 Aktywa z tytułu prawa do użytkowania 50
6.4 Pozostałe aktywa niefinansowe 52
6.5 Pozostałe zobowiązania niefinansowe 52
6.6 Rezerwa na świadczenia pracownicze i pozostałe rezerwy 52

7. POZOSTAŁE NOTY OBJAŚNIAJĄCE 53

7.1 ZYSK NA AKCJĘ 53
7.2 TRANSAKCJE Z JEDNOSTKAMI POWIĄZANYMI 54
7.3 WYNAGRODZENIE I POZOSTAŁE TRANSAKCJE Z KLUCZOWYM PERSONELEM KIEROWNICZYM 55
7.4 KOSZTY ŚWIADCZEŃ PRACOWNICZYCH 55
7.5 ZOBOWIĄZANIA WARUNKOWE 55
7.6 WPŁYW AGRESJI ZBROJNEJ ROSJI NA UKRAINĘ NA DZIAŁALNOŚĆ GOSPODARCZĄ SPÓŁKI 56
7.7 ZDARZENIA PO DACIE BILANSOWEJ 57

ZATWIERDZENIE SKRÓCONEJ ŚRÓDROCZNEJ INFORMACJI FINANSOWYCH 57

SPRAWOZDANIE Z CAŁKOWITYCH DOCHODÓW

DZIAŁALNOŚĆ KONTYNUOWANA	Nota	9 miesięcy do 30 września 2026	9 miesięcy do 30 września 2025
Przychody z umów z klientami	2.1	**12 272**	**14 029**
Amortyzacja		(3 512)	(2 997)
Zużycie materiałów i energii		(54)	(111)
Usługi obce		(9 043)	(11 248)
Podatki i opłaty		(2)	(38)
Koszty świadczeń pracowniczych	7.4	(2 173)	(3 471)
Pozostałe koszty		(31)	(38)
Koszt wytworzenia na własne potrzeby	2.5	1 625	2 453
Inne przychody operacyjne	2.3	101	287
Inne koszty operacyjne	2.3	(9)	(118)
Zysk z działalności operacyjnej		**(826)**	**(1 252)**
Przychody finansowe	2.4	-	1
Koszty finansowe	2.4	(161)	(146)
Przychody / (koszty) finansowe netto		**(161)**	**(145)**
Zysk przed opodatkowaniem		**(987)**	**(1 397)**
Podatek dochodowy	3.1	50	68
Zysk netto z działalności kontynuowanej		**(937)**	**(1 329)**
Zysk netto		**(937)**	**(1 329)**

INNE CAŁKOWITE DOCHODY	Nota	9 miesięcy do 30 września 2026	9 miesięcy do 30 września 2025
Niepodlegające reklasyfikacji do wyniku finansowego		**-**	**-**
Zyski/straty z tytułu przeszacowania rezerw na świadczenia pracownicze			
Podlegające reklasyfikacji do wyniku finansowego		**-**	**-**
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			
Razem inne całkowite dochody		**-**	**-**
CAŁKOWITE DOCHODY OGÓŁEM		**(937)**	**(1 329)**

Zysk podstawowy na akcję (PLN) - działalność kontynuowana	7.1	**(0,19)**	**(0,27)**
Zysk rozwodniony na akcję (PLN) - działalność kontynuowana	7.1	**-**	**(0,24)**

SPRAWOZDANIE Z SYTUACJI FINANSOWEJ

AKTYWA	Nota	Stan na dzień 30 września 2026	Stan na dzień 31 grudnia 2025
Wartości niematerialne	6.1	12 253	13 453
Rzeczowe aktywa trwałe	6.2	49	66
Aktywa z tytułu prawa do użytkowania	6.3	1 351	750
Pozostałe aktywa finansowe	5.2	-	-
Pozostałe aktywa niefinansowe	6.4	73	73
Aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	3.1	211	265
Aktywa trwałe		**13 937**	**14 607**
Należności handlowe	5.2	6	2
Pozostałe aktywa finansowe	5.2	-	-
Pozostałe aktywa niefinansowe	6.4	243	232
Należności z tytułu bieżącego podatku dochodowego			-
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	4.4	574	297
Aktywa obrotowe		**823**	**531**
Aktywa razem		**14 760**	**15 138**

KAPITAŁ WŁASNY I ZOBOWIĄZANIA	Nota	Stan na dzień 30 września 2026	Stan na dzień 31 grudnia 2025
Kapitał zakładowy	4.2	500	500
Kapitał zapasowy		10 075	11 217
Kapitał rezerwowy			168
Zyski / (Straty) z lat ubiegłych		238	238
Zysk / (Strata) netto		(937)	(1 143)
Kapitał własny razem		**9 876**	**10 980**
Rezerwy pracownicze	6.6	17	13
Rezerwy z tytułu odroczonego podatku dochodowego	3.1	229	333
Zobowiązania z tytułu leasingu	4.3	756	232
Zobowiązania długoterminowe		**1 002**	**578**
Pozostałe rezerwy	6.6	-	70
Zobowiązania z tytułu leasingu	4.3	647	546
Zobowiązania handlowe	5.3	227	919
Pozostałe zobowiązania niefinansowe	6.5	393	460
Pozostałe zobowiązania finansowe	5.3	1 448	332
Zobowiązania z tytułu bieżącego podatku dochodowego			-
Zobowiązania z tytułu umów	2.2	1 167	1 253
Zobowiązania krótkoterminowe		**3 882**	**3 580**
Zobowiązania razem		**4 884**	**4 158**
Kapitał własny i zobowiązania razem		**14 760**	**15 138**

SPRAWOZDANIE Z PRZEPŁYWÓW PIENIĘŻNYCH

	Nota	9 miesięcy do 30 września 2026	9 miesięcy do 30 września 2025
Przepływy pieniężne z działalności operacyjnej			
Zysk przed opodatkowaniem		**(987)**	**(1 397)**
Korekty:			
Amortyzacja		3 512	2 997
(Zyski) / Straty z tytułu odsetek		111	56
Podatek dochodowy			
Zmiany w kapitale obrotowym:			
Rezerwy na świadczenia pracownicze		(66)	(152)
Należności handlowe		(4)	12
Pozostałe aktywa niefinansowe		(11)	201
Zobowiązania handlowe		(692)	(391)
Pozostałe zobowiązania niefinansowe		(67)	(190)
Zobowiązania z tytułu umów		(86)	353
Koszt płatności w formie akcji (program motywacyjny)		(211)	65
Przepływy pieniężne netto z działalności operacyjnej		**1 499**	**1 554**
Przepływy pieniężne z działalności inwestycyjnej			
Wpływy ze zbycia aktywów finansowych		-	-
Nabycie rzeczowych aktywów trwałych oraz wartości niematerialnych		(1 592)	(2 264)
Wydatki na aktywa finansowe		-	-
Przepływy pieniężne netto z działalności inwestycyjnej		**(1 592)**	**(2 264)**
Przepływy pieniężne z działalności finansowej			
Płatności zobowiązań z tytułu leasingu		(635)	(726)
Wpływy z tytułu kredytów i pożyczek		1 116	462
Odsetki zapłacone		(111)	(56)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej		**370**	**(320)**
Przepływy pieniężne netto razem		**277**	**(1 030)**
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na początek okresu		**297**	**1 306**
Różnice kursowe od środków pieniężnych i ich ekwiwalentów		-	-
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty na koniec okresu		**574**	**276**
Stan środków pieniężnych wykazane w sprawozdaniu z sytuacji finansowej		**574**	**742**
środki pieniężne o ograniczonej możliwości dysponowania			*13*

SPRAWOZDANIE ZE ZMIAN W KAPITALE WŁASNYM

	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy	Programy płatności w formie akcji	Zyski / (Straty) z lat ubiegłych	Zysk / (Strata) netto	**Kapitał własny razem**
1 Stycznia 2026	**500**	**11 217**	**168**	**(905)**		**10 980**
Przeniesienie wyniku z lat ubiegłych do zysków (strat) z lat ubiegłych						-
Zysk / (strata) netto za okres					(937)	(937)
Inne całkowite dochody za okres						-
Całkowite dochody ogółem za okres	**-**	**-**	**-**	**-**	**(937)**	**(937)**
Podwyższenie kapitału podstawowego						-
Umorzenie udziałów własnych						1
Podział wyniku		(1 142)		1 143		-
Przeniesienie kapitału rezerwowego na zapasowy						-
Dywidendy						(168)
Płatności w formie akcji			(168)			-
30 września 2026	**500**	**10 075**	**-**	**238**	**(937)**	**9 876**

	Kapitał zakładowy	Kapitał zapasowy	Programy płatności w formie akcji	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					(1 329)	(1 329)
Inne całkowite dochody za okres						-
Całkowite dochody ogółem za okres	**-**	**-**	**-**	**-**	**(1 329)**	**(1 329)**
Podwyższenie kapitału podstawowego						**-**
Umorzenie udziałów własnych						**-**
Podział wyniku		144		(144)		-
Przeniesienie kapitału rezerwowego na zapasowy						**-**
Dywidendy						**-**
Płatności w formie akcji			66			66
30 września 2025	**500**	**11 217**	**146**	**238**	**(1 329)**	**10 772**

1. INFORMACJE OGÓLNE

1.1 Dane podstawowe

Nazwa	Woodpecker.co S.A. („Woodpecker.co", „Spółka")
Siedziba	ul. Krakowska 29D, 50-424 Wrocław
Rejestracja	Sąd Rejonowy dla Wrocławia-Fabrycznej we Wrocławiu, VI Wydział Gospodarczy KRS
KRS	0000896179
NIP	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 września 2026 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.

W dniu 28 października 2026 roku Pan Adam Biel zrezygnował z pełnienia funkcji Członka Zarządu, wobec czego na dzień publikacji niniejszego sprawozdania finansowego skład Zarządu przedstawiał się następująco:

- Małgorzata Sikora - Prezes Zarządu,
- Maciej Cieśla - Wiceprezes Zarządu.

Na dzień 30 września 2026 roku i do dnia publikacji niniejszego sprawozdania finansowego w skład Rady Nadzorczej Spółki wchodzili:

- 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 września 2026 roku i do dnia publikacji niniejszego sprawozdania finansowego w skład Komitetu Audytu Spółki wchodzili:

- 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 września 2026 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 9 miesięcy zakończonych 30 września 2026 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 2025.

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 sporządzona 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 września 2026 roku nie uległy zmianie oszacowania i założenia, na których oparte są istotne szacunki księgowe mające zastosowanie przy sporządzaniu sprawozdania finansowego za rok 2025.

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

Nowe standardy, interpretacje i zmiany do istniejących standardów, które weszły w życie od 1 stycznia 2026 roku

- Zmiany w MSR 21 Skutki zmian kursów wymiany walut obcych: Brak wymienialności waluty opublikowane w dniu 15 sierpnia 2023 r.

Zmiany te będą wymagać od jednostek stosowania spójnego podejścia do oceny, czy dana waluta może być wymieniona na inną walutę, a gdy nie jest to możliwe, do określenia kursu wymiany, który należy zastosować, oraz ujawnienia informacji, które należy przedstawić. Zmiany mają zastosowanie do okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2025 r. lub później.

Spółka zastosowała nowe standardy od 1 stycznia 2025 r. Zastosowanie nowych standardów nie miało wpływu na sprawozdanie finansowe Spółki.

Nowe standardy, interpretacje i zmiany do istniejących standardów, które jeszcze nie obowiązują i nie zostały wcześniej zastosowane przez Spółkę

- MSSF 18 Prezentacja i ujawnienia w sprawozdaniach finansowych opublikowany w dniu 9 kwietnia 2024 r.

Nowy standard zastąpi MSR 1 i będzie mieć zastosowanie po raz pierwszy do okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2027 roku lub później. Nowy standard jest wynikiem tzw. projektu podstawowych sprawozdań finansowych i ma na celu poprawę sposobu, w jaki jednostki przekazują informacje w swoich sprawozdaniach finansowych.

Główne zmiany w nowym standardzie w porównaniu z poprzednimi wymogami MSR 1 obejmują:

1) Wprowadzenie kategorii i zdefiniowanych podsum/wierszy w rachunku zysków i strat (sprawozdanie z całkowitych dochodów), które mają na celu uzyskanie dodatkowych istotnych informacji i zapewnienie struktury rachunku zysków i strat, która jest bardziej porównywalna między jednostkami. W szczególności wymaga się, aby pozycje przychodów i kosztów były klasyfikowane

do jednej z poniższych kategorii w rachunku zysków lub strat: Działalność operacyjna, Działalność inwestycyjna, Działalność finansowa, Podatek dochodowy i Działalność zaniechana. Jednostki będą też zobowiązane do prezentowania następujących sum cząstkowych: zysk lub strata z działalności operacyjnej, zysk lub strata przed odsetkami i podatkiem dochodowym (EBIT), zysk lub strata.

2) Wprowadzenie wymogów mających na celu poprawę agregacji i dezagregacji, które mają na celu uzyskanie dodatkowych istotnych informacji i zapewnienie, że istotne informacje nie zostaną zaciemnione. W szczególności MSSF 18 zawiera wytyczne dotyczące tego, czy informacje powinny znajdować się w podstawowym sprawozdaniu finansowym (którego rolą jest dostarczenie użytecznego ustrukturyzowanego podsumowania), czy w informacji dodatkowej. Jednostki będą zobowiązane do identyfikacji aktywów, zobowiązań, kapitału własnego, przychodów i kosztów, które wynikają z poszczególnych transakcji lub innych zdarzeń, oraz do ich klasyfikacji na grupy w oparciu o wspólne cechy, co skutkuje ujęciem zgrupowanej pozycji w podstawowym sprawozdaniu finansowym, które mają co najmniej jedną wspólną cechę. Grupy te będą następnie rozdzielane w oparciu o dalsze odmienne cechy, co skutkuje oddzielnym ujawnieniem istotnych pozycji w informacji dodatkowej. Może zaistnieć potrzeba zagregowania nieistotnych pozycji o odmiennych cechach, aby uniknąć zaciemnienia istotnych informacji. Jednostki powinny stosować stosowne nagłówki z opisem lub, jeśli nie jest to możliwe, podawać w informacji dodatkowej informacje o składzie takich zagregowanych pozycji.

3) W nowym standardzie wprowadzono bardziej rygorystyczne wytyczne dotyczące tego, czy analiza kosztów operacyjnych ma być oparta o ich rodzaj czy funkcję/miejsce powstawania. Prezentacja powinna odbywać się w sposób zapewniający najbardziej użyteczne ustrukturyzowane podsumowanie kosztów operacyjnych poprzez uwzględnienie kilku czynników.

4) Wprowadzenie ujawnień dotyczących Zdefiniowanych przez Zarząd Mierników Wyników (MPM) w informacji dodatkowej do sprawozdania finansowego, które mają na celu zapewnienie przejrzystości i dyscypliny w stosowaniu takich mierników i ujawnień w jednym miejscu. W szczególności: MPM są definiowane jako sumy cząstkowe przychodów i kosztów, które są wykorzystywane w informacjach przekazywanych publicznie użytkownikom sprawozdań finansowych poza sprawozdaniami finansowymi, uzupełniają sumy lub sumy cząstkowe zawarte w MSSF i przekazują pogląd kierownictwa na dany aspekt wyników finansowych jednostki. Ujawnienia dotyczące MPM, które będą obowiązkowe: opis, dlaczego MPM przedstawia pogląd kierownictwa na temat wyników; opis, w jaki sposób MPM został obliczony; opis, w jaki sposób dany miernik/wskaźnik dostarcza użytecznych informacji na temat wyników finansowych jednostki; uzgodnienie MPM z najbardziej bezpośrednio porównywalną sumą częściową lub całkowitą określoną przez MSSF; oświadczenie, że MPM przedstawia pogląd kierownictwa na temat aspektu wyników finansowych jednostki; wpływ podatku i udziałów niekontrolujących oddzielnie dla każdej z różnic między MPM a najbardziej bezpośrednio porównywalną sumą częściową lub całkowitą określoną przez MSSF; w przypadku zmiany sposobu obliczania MPM, wyjaśnienie przyczyn i skutków zmiany.

Poza powyższymi zmianami standard wprowadza zmiany w MSR 7: wykorzystanie wyniku operacyjnego jako jednego punktu wyjścia dla metody pośredniej raportowania przepływów pieniężnych z działalności operacyjnej; oraz usunięcie alternatyw prezentacyjnych dla odsetek i dywidend. Celem tych zmian jest zwiększenie porównywalności sprawozdania z przepływów pieniężnych pomiędzy różnymi jednostkami.

Spółka zastosuje nowy standard nie wcześniej niż od 1 stycznia 2027 r. Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania finansowego w ocenie Spółki będzie konieczna zmiana prezentacji różnic kursowych z pozycji przychody/koszty finansowe do działalności operacyjnej. Prowadzona analiza pełnego wpływu zastosowania nowego standardu pozwoli na oszacowanie ostatecznych skutków jego wdrożenia.

- MSSF 19 Jednostki zależne niepodlegające wymogom nadzoru publicznego („without Public Accountability): Ujawnianie informacji

Nowy standard MSSF 19 "Jednostki zależne niepodlegające wymogom nadzoru publicznego: Ujawnianie informacji", który zezwala jednostkom zależnym na ograniczone ujawnianie informacji przy stosowaniu MSSF w swoich sprawozdaniach finansowych. MSSF 19 jest opcjonalny dla kwalifikujących się jednostek zależnych i określa wymogi dotyczące ujawniania informacji dla jednostek zależnych, które zdecydują się go zastosować. Nowy standard obowiązuje dla okresów sprawozdawczych rozpoczynających się 1 stycznia 2027 r. lub później, przy czym dozwolone jest jego wcześniejsze zastosowanie. Standard został opublikowany w dniu 9 maja 2024 r., a UE nie rozpoczęła jeszcze formalnego procesu zatwierdzenia tego standardu.

Spółka nie podlega wymogom standardu ze względu na fakt bycia podmiotem podlegającym publicznemu nadzorowi.

- Zmiany do MSSF 9 i MSSF 7 Zmiany w zakresie klasyfikacji i wyceny instrumentów finansowych opublikowane w dniu 30 maja 2024 r.

Zmiany te doprecyzowują zasady klasyfikacji aktywów finansowych z uwzględnieniem aspektów środowiskowych, społecznych, ładu korporacyjnego (ESG) i podobnych cech, powiązanych z danym aktywem. Zmiany dotyczą również rozliczania zobowiązań za pośrednictwem elektronicznych systemów płatności – doprecyzowują dzień, w którym składnik aktywów finansowych lub zobowiązanie finansowe zostają wyłączone z bilansu. Zmiany mają zastosowanie do okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2026 r. lub później.

Spółka zastosuje zmieniony standard nie wcześniej niż od 1 stycznia 2026 r. Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania finansowego nie jest możliwe wiarygodne oszacowanie wpływu zastosowania nowego standardu.

- Zmiany do różnych standardów wynikające z corocznego przeglądu Międzynarodowych Standardów Sprawozdawczości Finansowej (Annual Improvements Volume 11) opublikowane w dniu 18 lipca 2024 r.

W dniu 18 lipca 2024 r. w wyniku dokonanego przeglądu MSSF wprowadzono drobne poprawki do następujących standardów:

- MSSF 1 - w zakresie rachunkowości zabezpieczeń dla jednostek stosujących MSSF po raz pierwszy;

- MSSF 7 - w zakresie ujęcia zysku lub starty w związku z zaprzestaniem ujmowania instrumentów finansowych, ujawnienia informacji na temat odroczonej różnicy pomiędzy wartością godziwą a ceną transakcyjną oraz wprowadzenia i ujawnienia informacji na temat ryzyka kredytowego;

- MSSF 9 - w zakresie zaprzestania ujmowania zobowiązań z tytułu leasingu oraz doprecyzowania definicji „ceny transakcyjnej” w powiązaniu z MSSF 15;

- MSSF 10 - w zakresie doprecyzowania terminu „agent de facto”;

- MSR 7 - w zakresie doprecyzowania terminu „metoda ceny nabycia lub kosztu wytworzenia".

Mają one zastosowanie przeważnie dla okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2026 r., z możliwością wcześniejszego ich zastosowania.

- Zmiany do MSSF 9 i MSSF 7 Umowy odnoszące się do energii elektrycznej pochodzącej z natury opublikowane w dniu 18 grudnia 2024 r.

Zmiany w standardach mają na celu ułatwienie raportowania skutków finansowych kontraktów na energię elektryczną zależnych od natury, które często mają strukturę umów zakupu energii (PPA).

Zmiany obejmują: wyjaśnienie stosowania wymogów dotyczących „own-use", zezwolenie na rachunkowość zabezpieczeń, jeśli umowy te są wykorzystywane jako instrumenty zabezpieczające oraz dodanie nowych wymogów dotyczących ujawniania informacji, aby umożliwić inwestorom zrozumienie wpływu tych kontraktów na wyniki finansowe i przepływy pieniężne danej spółki.

Zmiany mają zastosowanie do okresów rocznych rozpoczynających się 1 stycznia 2026 r. lub później.

Spółka zastosuje zmienione standardy nie wcześniej niż od 1 stycznia 2026 r oraz 1 stycznia 2027. Na dzień sporządzenia niniejszego sprawozdania finansowego nie jest możliwe wiarygodne oszacowanie pełnego wpływu zastosowania nowego standardu.

MSSF w kształcie zatwierdzonym przez UE nie różnią się obecnie w znaczący sposób od regulacji przyjętych przez Radę Międzynarodowych Standardów Rachunkowości (RMSR), z wyjątkiem poniższych standardów, interpretacji oraz zmian do nich, które na dzień zatwierdzenia niniejszego sprawozdania finansowego do publikacji nie zostały jeszcze przyjęte do stosowania przez kraje UE:

Zmiany do MSR 21

- Zmiany do MSR 21 Skutki zmian kursów wymiany walut obcych – Przeliczanie na walutę prezentacji będącej walutą gospodarki hiperinflacji

Zmiany do MSR 21 dotyczą tylko jednostek, które mają walutę prezentacji, która jest walutą gospodarki w stanie hiperinflacji, a jednocześnie jej własna waluta funkcjonalna lub waluta funkcjonalna jej jednostki działającej zagranicą nie jest walutą gospodarki hiperinflacyjnej. Zmiany wymagają, aby wszystkie kwoty (aktywa, zobowiązania, kapitały, przychody i koszty oraz dane porównawcze) zostały przeliczone z waluty funkcjonalnej „nie-hiperinflacyjnej" na walutę prezentacji „hiperinflacyjną" stosując kurs zamknięcia z dnia ostatniego sprawozdania z sytuacji finansowej.

- MSSF 19 Jednostki zależne niepodlegające wymogom nadzoru publicznego („without Public Accountability): Ujawnianie informacji opublikowany w dniu 9 maja 2024 r., przy czym w tym przypadku UE nie rozpoczęła jeszcze formalnego procesu zatwierdzenia tego standardu

Zmiany do MSSF 19 ograniczają zakres wymagań dotyczących ujawnień w odniesieniu do nowych standardów rachunkowości MSSF oraz zmian do standardów opublikowanych w okresie od lutego 2021 r. do maja 2024 r., które zostały w pełni uwzględnione przy pierwotnym wydaniu MSSF 19. W szczególności Rada usunęła cele ujawniania z ograniczonych wymagań ujawnieniowych MSSF 19 w odniesieniu do tych nowych standardów i zmian, aby uniknąć wrażenia, że jednostki stosujące MSSF 19 są zobowiązane do przedstawiania ujawnień w takim samym zakresie jak jednostki, które nie stosują tego standardu.

Spółka zamierza wdrożyć powyższe regulacje w terminach przewidzianych do zastosowania przez standardy lub interpretacje.

1.7 Znaczące wydarzenia i transakcje w okresie dziewięciu miesięcy do 30 września 2026

W obszarze produktowym w 2026 Spółka wprowadziła kilka istotnych zmian i innowacji w szczególności ukierunkowanych na zwiększenie wartości produktu dla klientów o większych wymaganiach operacyjnych:

- Integracja z Albato – Spółka rozbudowała ekosystem dodatków (add-ons) oraz integracji dostępnych w aplikacji, konsolidując ofertę dodatkowych funkcjonalności w jednym miejscu i rozszerzając ją o nowe integracje realizowane za pośrednictwem platformy Albato. W ramach zmian wdrożono nowy model oparty na sekcji add-ons, zastępującej dotychczasowy

marketplace, co zwiększa przejrzystość oferty oraz ułatwia użytkownikom dostęp do dodatkowych usług i funkcjonalności z poziomu aplikacji.

- W raportowanym okresie Spółka rozwijała nowy moduł „Lists", służący do bardziej elastycznego zarządzania i segmentacji leadów przed wykorzystaniem ich w kampaniach. Rozwiązanie umożliwia pracę na rekordach niezależnie od adresu e-mail jako podstawowej jednostki danych, a także przygotowanie i porządkowanie grup kontaktów przed ich przekazaniem do dalszych działań prospectingowych. Moduł obejmuje również funkcje wzbogacania danych o leadach oraz walidacji adresów e-mail, rozliczane w modelu kredytowym, co rozszerza zakres funkcjonalności platformy i tworzy dodatkowe możliwości monetyzacji.
- Woodpecker.co rozszerzył możliwość dokonywania płatności o wybrane waluty lokalne, w tym m.in. AUD, BRL, CAD, CHF, DKK, INR, NOK oraz SEK, co stanowi istotny element dalszej internacjonalizacji oferty.
- W raportowanym okresie Spółka rozwijała nowe rozwiązanie do definiowania Ideal Customer Profile (ICP) oraz wyszukiwania firm. Nowe rozwiązanie umożliwia wyszukiwanie potencjalnych klientów zarówno na podstawie bardziej szczegółowych, ręcznie definiowanych kryteriów, jak również przy wykorzystaniu poleceń formułowanych w języku naturalnym, automatycznie przekształcanych w zestaw odpowiednich filtrów. Funkcjonalność ma na celu uproszczenie procesu definiowania grup docelowych, zwiększenie trafności wyszukiwania potencjalnych klientów oraz dalsze wykorzystanie rozwiązań opartych na sztucznej inteligencji w procesie prospectingu.
- W pierwszym kwartale 2026 roku Spółka wdrożyła szereg usprawnień w zakresie funkcjonalności produktu, ukierunkowanych na zwiększenie przejrzystości działania systemu oraz efektywności jego wykorzystania. W szczególności wprowadzono mechanizm informujący użytkowników o konieczności wykorzystania własnej domeny w kontekście funkcji trackingowych (m.in. otwarć, kliknięć oraz rezygnacji z subskrypcji), co przyczynia się do poprawy transparentności oraz skuteczności konfiguracji kampanii. Dodatkowo rozszerzono funkcjonalność skrzynki odbiorczej o folder Sent, umożliwiający podgląd wiadomości wysyłanych bezpośrednio z poziomu aplikacji.
- Pod koniec półrocza spółka udostępniła funkcjonalność AI Agenta wszystkim użytkownikom platformy, przechodząc tym samym z etapu wcześniejszych testów i ograniczonego dostępu do szerokiego wdrożenia rozwiązania. Funkcjonalność została uruchomiona w formule tzw. silent release, bez dodatkowych działań promocyjnych, co pozwala Spółce obserwować sposób wykorzystania narzędzia w rzeczywistym środowisku oraz zbierać informacje zwrotne od użytkowników. Zebrane dane będą wykorzystywane do dalszego rozwoju funkcjonalności oraz oceny jej potencjału w zakresie zwiększania wartości produktu i przyszłej monetyzacji.
- Spółka kontynuowała prace nad nową generacją platformy projektowanej w architekturze AI-native, rozwijając jednocześnie podejście określane jako „vibe coding", zakładające większe wykorzystanie narzędzi programistycznych wspieranych przez sztuczną inteligencję. W ocenie Zarządu kierunek ten wspiera skracanie czasu wdrażania nowych funkcjonalności, zwiększa elastyczność rozwoju produktu oraz poprawia efektywność procesu wytwarzania oprogramowania.
- Rozszerzenie możliwości integracji z agentami AI – W III kwartale 2026 roku Spółka udostępniła serwer MCP (Model Context Protocol), umożliwiający integrację platformy z zewnętrznymi agentami AI za pośrednictwem protokołu HTTP, bez konieczności instalowania dodatkowego oprogramowania. Rozwiązanie pozwala na połączenie platformy m.in. z narzędziami Claude firmy Anthropic, rozszerzając możliwości wykorzystania jej funkcjonalności w środowisku zewnętrznych narzędzi opartych na sztucznej inteligencji.

- Spółka rozszerzyła również funkcjonalności platformy w zakresie wyszukiwania potencjalnych klientów, udostępniając możliwość tworzenia list kontaktów na podstawie aktywności użytkowników serwisu LinkedIn. Rozwiązanie pozwala identyfikować profile osób, które polubiły lub skomentowały wybrane publikacje, wspierając tym samym bardziej precyzyjne docieranie do potencjalnych odbiorców kampanii sprzedażowych.

- Spółka wprowadziła również szereg usprawnień w edytorze kampanii, obejmujących m.in. rozszerzenie zakresu prezentowanych informacji o warunkach realizacji kampanii, ułatwienie monitorowania ustawień czasowych oraz automatyzację konfiguracji kolejnych etapów kampanii. Zmiany te mają na celu uproszczenie zarządzania kampaniami oraz zwiększenie wygody korzystania z platformy.

- Istotnym wydarzeniem w trzecim kwartale 2026 roku było również przyjęcie planu podziału Spółki, zakładającego wydzielenie działalności produktowej do odrębnego podmiotu. Proces ten stanowi element zmian organizacyjnych mających na celu wyodrębnienie działalności operacyjnej związanej z rozwojem i komercjalizacją platformy od funkcji realizowanych na poziomie Spółki Dzielonej.

W obszarze marketingu i sprzedaży w 2026 roku Spółka koncentrowała się na stymulowaniu zainteresowania aplikacją Woodpecker.

- W pierwszym półroczu 2026 roku Spółka kontynuowała rozwój działań content marketingowych w mediach społecznościowych, wykorzystując doświadczenia i formaty, które osiągały dobre wyniki na platformie LinkedIn.

- Na początku lutego Spółka przeprowadziła migrację Programu Partnerskiego na zewnętrzną platformę Reditus, zastępując dotychczasowe rozwiązanie własne. Nowa platforma umożliwia efektywniejsze skalowanie kanału partnerskiego, w szczególności poprzez zwiększenie możliwości pozyskiwania partnerów, usprawnienie doświadczenia użytkownika oraz przyspieszenie procesu onboardingu i aktywacji afiliantów. Dodatkowo Reditus zapewnia dostęp do zewnętrznego marketplace'u partnerów, co wspiera pozyskiwanie wysokiej jakości afiliantów. Przeprowadzona migracja ma przełożyć się na wzrost liczby nowych partnerów oraz poprawę jakości współpracy z obecnymi.
- W pierwszym półroczu 2026 roku Spółka uruchomiła pierwsze dwa rozdziały Outbound Academy – nowego formatu edukacyjnego poświęconego prowadzeniu działań outboundowych z wykorzystaniem cold emailingu oraz LinkedIn. Materiały przygotowywane są w formie wideo i publikowane również na platformie YouTube, a uzupełniające je transkrypcje tekstowe wspierają widoczność treści w wynikach wyszukiwania. Inicjatywa ma na celu zarówno dostarczanie użytkownikom praktycznej wiedzy zwiększającej efektywność prowadzonych działań prospectingowych, jak i wzmacnianie organicznego zasięgu oraz rozpoznawalności marki Spółki.

- W III kwartale 2026 roku Spółka kontynuowała rozwój działań content marketingowych, ukierunkowanych na zwiększanie widoczności marki oraz wspieranie organicznego pozyskiwania użytkowników. W ramach tych działań udostępniono pięć nowych, bezpłatnych narzędzi online, dostępnych bezpośrednio z poziomu strony internetowej Spółki. Rozwiązania te mają na celu dostarczanie potencjalnym użytkownikom praktycznej wartości już na etapie poszukiwania narzędzi wspierających działania sprzedażowe, a jednocześnie stanowią dodatkowy kanał budowania zainteresowania platformą. Równolegle kontynuowano rozwój Outbound Academy, publikując trzeci rozdział kursu poświęconego prowadzeniu kampanii cold

email, stanowiący kontynuację materiałów edukacyjnych udostępnionych w pierwszym półroczu 2026 roku.

- Spółka kontynuowała również działania ukierunkowane na poprawę sposobu prezentacji produktu oraz efektywności cyfrowych punktów styku z potencjalnymi klientami. W III kwartale 2026 roku opublikowano osiem nowych stron produktowych, poświęconych kluczowym funkcjonalnościom platformy i udostępnionych z poziomu głównej nawigacji serwisu. Ich celem jest ułatwienie potencjalnym użytkownikom zapoznania się z możliwościami produktu, lepsze dopasowanie prezentowanych treści do konkretnych potrzeb odbiorców oraz wspieranie widoczności poszczególnych funkcjonalności w wyszukiwarkach internetowych.

Analiza skutków agresji zbrojnej Rosji na Ukrainę i konfliktu na Bliskim Wschodzie 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 września 2026	31 Grudnia 2025
USD	3,8449	3,6016
EUR	4,3672	4,2267
GBP	5,1040	4,8399

	Kurs średni w okresie	
	9 miesięcy do 30 września 2026	9 miesięcy do 30 września 2025
USD	3,6927	3,7851
EUR	4,2800	4,2365
GBP	4,9567	4,9849

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 2026 Spółka 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	9 miesięcy do 30 września 2026	9 miesięcy do 30 września 2025
W miarę upływu czasu	12 272	14 029
W określonym momencie		
Razem	**12 272**	**14 029**

Struktura terytorialna przychodów z umów z klientami

Przychody w podziale na kraje	9 miesięcy do 30 września 2026	9 miesięcy do 30 września 2025
Polska	2 224	1 943
Zagranica	10 048	12 086
Razem	**12 272**	**14 029**

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 września 2026	31 Grudnia 2025
Krótkoterminowe	1 167	1 253
Razem	**1 167**	**1 253**

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

	9 miesięcy do 30 września 2026	9 miesięcy do 30 września 2025
Zysk ze zbycia niefinansowych aktywów trwałych	8	16
Wynajem pomieszczeń	31	5
Rozwiązanie rezerwy	56	250
Odszkodowania	-	
Inne przychody operacyjne	6	16
Razem	**101**	**287**

Inne koszty operacyjne

	9 miesięcy do 30 września 2026	9 miesięcy do 30 września 2025
Spisanie w koszty aplikacji mobilnej		106
Wyksięgowanie zakończonych niepowodzeniem prac rozwojowych	6	
Darowizny		
Uzgodnienie sald -spisanie przeterminowanych		9
Inne koszty operacyjne	3	3
Razem	**9**	**118**

2.4 Przychody i koszty finansowe

Przychody finansowe

	9 miesięcy do 30 września 2026	9 miesięcy do 30 września 2025
Przychody z tytułu odsetek	-	1
Zysk ze zbycia inwestycji		
Różnice kursowe		
Inne		
Razem	**-**	**1**

Koszty finansowe

	9 miesięcy do 30 września 2026	9 miesięcy do 30 września 2025
Koszty z tytułu odsetek od umów leasingowych	111	56
Odsetki pozostałe	22	
Różnice kursowe	28	78
Inne koszty operacyjne		12
Razem	**161**	**146**

2.5 Koszt wytworzenia na własne potrzeby

	9 miesięcy do 09.2026	9 miesięcy do 09.2025
Usługi obce	1 362	2 104
- w tym usługi programistyczne	*1 362*	*2 104*
- w tym inne koszty kwalifikowane	*0*	*0*
Wynagrodzenia	263	349
Razem	**1 625**	**2 453**

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

	9 miesięcy do 30 września 2026	9 miesięcy do 30 września 2025
Podatek bieżący	-	-
Podatek odroczony	(50)	(68)
Razem podatek dochodowy w sprawozdaniu z całkowitych dochodów	**(50)**	**(68)**

Uzgodnienie efektywnej stopy podatkowej

	6 miesięcy do 30 czerwca 2026	6 miesięcy do 30 czerwca 2025
Zysk przed opodatkowaniem	**(987)**	**(1 397)**
Stawka podatku stosowana przez Spółkę	**5%**	**5%**
Podatek dochodowy wg stawki Spółki	(49)	(70)
Uzgodnienie podatku dochodowego z tytułu:		
Przychodów trwale niepodlegających opodatkowaniu	3	12
Kosztów trwale niestanowiących kosztów uzyskania przychodów	(4)	(8)
Strata podatkowa do odliczenia		
Wpływu zmiany stopy podatkowej na wartości aktywów i rezerw na podatek odroczony		
Pozostałe		(2)
Razem podatek dochodowy w sprawozdaniu z całkowitych dochodów	(50)	(68)
Efektywna stopa podatkowa Spółki	**5,06%**	**4,87%**

Rozliczenie różnicy pomiędzy podstawą opodatkowania podatkiem dochodowym a wynikiem finansowym brutto

	6 miesięcy do 30 czerwca 2026	6 miesięcy do 30 czerwca 2025
Zysk przed opodatkowaniem	**(987)**	**(1 083)**
Przychody niepodlegające opodatkowaniu w roku bieżącym, w tym:		
przychody operacyjne	**-**	**-**
rozwiązanie rezerwy	(50)	(250)
Koszty trwale niestanowiące kosztów uzyskania przychodów w tym:		
koszty programu motywacyjnego	-	44
koszty samochodów w leasingu	111	40
PFRON		33
koszty reprezentacji i reklamy		85
Pozostałe	21	16
Koszty nieuznawane za koszty uzyskania przychodów w bieżącym roku, w tym:		

rezerwa urlopowa i emerytalna	20	
rezerwa na badanie bilansu		
rezerwa na Program Partnerski	52	35
wynagrodzenia z tytułu umów zleceń	40	33
składki ZUS	-	(97)
wycena bilansowa		
Koszty uznawane za koszty uzyskania przychodów w roku bieżącym ujęte w księgach lat ubiegłych, w tym:		
składki ZUS		
wynagrodzenia z tytułu umów zleceń	(37)	
Inne zmiany podstawy opodatkowania, w tym:		
przychody operacyjne rozliczane w czasie	(86)	133
amortyzacja prac rozwojowych	2 083	260
rozliczenie ulgi B+R	-	-
Straty podatkowe za bieżący okres, od których nie utworzono aktywa z tytułu odroczonego podatku dochodowego	-	-
pozostałe	9	
Podstawa opodatkowania	**1 176**	**(751)**
Rozliczenie straty z lat ubiegłych	(1 176)	0
Razem podatek dochodowy bieżący w sprawozdaniu z całkowitych dochodów	0	0

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 września 2026	31 Grudnia 2025
Zobowiązania z tytułu umów z klientami	58	63
Niewypłacone wynagrodzenia i składki ZUS	2	2
Rezerwa na niewykorzystane urlopy	6	4
Rezerwa emerytalna	1	1
Rezerwa na badanie bilansu		4
Zobowiązanie leasingowe	6	5
Rezerwa na spisanie inwestycji w obcym obiekcie		-
Zobowiązania z tytułu Programu Partnerskiego	3	6
Pozostałe ujemne różnice przejściowe-strata podatkowa	135	181
Razem aktywa z tytułu podatku odroczonego	**211**	**265**

Rezerwa z tytułu podatku odroczonego	30 września 2026	31 Grudnia 2025
Amortyzacja prac rozwojowych	229	333
Pozostałe należności i aktywa		
Pozostałe dodatnie różnice przejściowe		
Razem rezerwy z tytułu podatku odroczonego	229	333

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 września 2026 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 września 2026	31 grudnia 2025
Zobowiązania razem	4 884	4 158
Minus: środki pieniężne i ich ekwiwalenty	(574)	(297)
Zadłużenie netto	**4 310**	**3 861**
Kapitał własny	9 876	10 980
Wskaźnik zadłużenia	**0,44**	**0,35**

4.2 Kapitał własny

Kapitał zakładowy

Na dzień 30 września 2026 roku kapitał zakładowy Spółki wynosił 500 tys. PLN (na dzień 31 grudnia 2025 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 2025 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 września 2026 roku
Kapitał zakładowy

Udziałowiec	30 września 2026		
	Liczba posiadanych akcji	Wartość nominalna akcji	Udział %
Maciej Cieśla/Maciej Cieśla Fundacja Rodzinna	1 113 000	111	22,26
Tar Heel Capital Pathfinder MT Limited	856 140	86	17,12
Kinga Tarczyńska	26 583	3	0,53
Mateusz Tarczyński Fundacja Rodzinna	640 041	64	12,80
KFF Fundacja Rodzinna	562 500	56	11,25
Pozostali	1 801 736	180	36,04
Razem	**5 000 000**	**500**	**100**

Udziałowiec	31 Grudnia 2025		
	Liczba posiadanych akcji	Wartość nominalna akcji	Udział %
Maciej Cieśla/Maciej Cieśla Fundacja Rodzinna	1 113 000	111	22,26
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 Fundacja Rodzinna	562 500	56	11,25
Pozostali	1 685 979	169	33,72
Razem	**5 000 000**	**500**	**100**

4.3 Zobowiązania z tytułu leasingu

	30 września 2026	31 grudnia 2025
Zobowiązania z tytułu leasingu		
- długoterminowe	756	232
- krótkoterminowe	647	546
Razem	**1 403**	**778**

Analiza terminów wymagalności zobowiązań z tytułu leasingu

Zobowiązania leasingowe płatne w okresie:	Wartość nominalna minimalnych opłat leasingowych		Wartość bieżąca minimalnych opłat leasingowych	
	BZ 30.09.2026 r.	BZ 31.12.2025 r.	BZ 30.09.2026 r.	BZ 31.12.2025 r.
do 1 roku	744	585	647	546
od 1 roku do 3 lat	809	238	695	232
od 3 lat do 5 lat	62	-	61	-
powyżej 5 lat	-	-	-	-
Razem	**1 615**	**823**	**1 403**	**778**
Przyszły koszt odsetkowy (wartość ujemna)	-212	-45	-	-
Razem wartość bieżąca minimalnych opłat leasingowych, z tego:	**1 403**	**778**	**1 403**	**778**
Zobowiązania krótkoterminowe			647	546
Zobowiązania długoterminowe			756	232

Koszty dotyczące umów leasingu finansowego

	9 miesięcy do 30 września 2026	9 miesięcy do 30 września 2025
Amortyzacja składników aktywów z tytułu prawa do użytkowania	659	494
Odsetki od leasingów	111	56

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 września 2026	Zobowiązania z tytułu leasingów na 30 września 2025
1 Stycznia	**778**	**1 387**
Zmiany przepływów pieniężnych z działalności finansowej		
Spłaty zobowiązań z tytułu leasingu	(635)	(942)
Spłaty odsetek z tytułu leasingu	(111)	(74)
Przepływy pieniężne netto z działalności finansowej	**(746)**	**(1 016)**
Inne zmiany		
Nowe umowy leasingowe	1 260	455
Modyfikacje umów leasingowych		(122)
Odsetki naliczone	111	74
Efekt zmiany kursów walutowych		
Razem inne zmiany	**1 371**	**407**
30 września	**1 403**	**778**

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 września 2026	31 grudnia 2025
Środki pieniężne na rachunkach bieżących	402	145
Środki pieniężne na rachunkach w podmiotach świadczących usługi płatnicze	172	151
Lokaty bankowe	-	-
Środki pieniężne w drodze (przelewy między rachunkami)		
Wycena środków pieniężnych		1
Środki pieniężne w kasie		
Razem	**574**	**297**

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 45% 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 września 2026	31 grudnia 2025	Hierarchia
Aktywa finansowe niewyceniane w wartości godziwej				
Należności handlowe	*wyceniane w zamortyzowanym koszcie*	6	2	n/d
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty		574	297	n/d
Razem		**580**	**299**	
Zobowiązania finansowe niewyceniane w wartości godziwej				
Zobowiązania z tytułu leasingu	*pozostałe zobowiązania finansowe*	1 403	778	n/d
Zobowiązania handlowe		227	919	n/d
Pozostałe zobowiązania finansowe		1 448	332	
Razem		**3 078**	**2 029**	

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 września 2026	31 grudnia 2025
Należności handlowe		
- od jednostek powiązanych	-	-
- od jednostek pozostałych	6	2
Razem	**6**	**2**

5.3 Zobowiązania handlowe

Zobowiązania handlowe

	30 września 2026	31 grudnia 2025
Zobowiązania handlowe		
- od jednostek powiązanych	6	158
- od jednostek pozostałych	221	761
Razem	**227**	**919**

Pozostałe zobowiązania finansowe

	30 września 2026	31 grudnia 2025
Kredyt w rachunku bieżącym	1 448	**332**
Razem	**1 448**	**332**

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 września 2026	31 grudnia 2025
Należności handlowe	6	2
Pozostałe aktywa finansowe krótkoterminowe	-	-
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	574	297
Razem	**580**	**299**

Ryzyko kredytowe związane ze środkami pieniężnymi

Spółka alokuje okresowo wolne środki pieniężne na krótkoterminowych lokatach w bankach w celu osiągania 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 niezdyskontowane przepływy pieniężne obejmujące odsetki, wynikające z odpowiednich umów.

30 września 2026	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	1 403	744	809	62		**1 615**
Zobowiązania handlowe	227	227				**227**
Razem	**1 630**	**971**	**809**	**62**	**-**	**1 842**

31 grudnia 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	778	585	238			823
Zobowiązania handlowe	919	919				919
Razem	**1 697**	**1 504**	**238**	**-**	**-**	**1 742**

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 września 2026	31 Grudnia 2025
Aktywa obrotowe	823	531
Zobowiązania krótkoterminowe	3 882	3 580
Kapitał obrotowy	**(3 059)**	**(3 049)**

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 20 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. Spóła minimalizuje ryzyko walutowe poprzez odpowiednie ukształtowanie struktury aktywów i pasywów wyrażonych w walutach obcych.

Poniższe tabele prezentują ekspozycję Spółki na ryzyko zmiany kursów walutowych:

	30 września 2026		
kwoty w walutach	**USD**	**EUR**	**GBP**
Należności handlowe	-	-	-
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	33 115	7 211	472
Kaucje gotówkowe	-	-	
Zobowiązania z tytułu leasingu	-	-	
Zobowiązania handlowe	2 329		
Ekspozycja netto w walucie	**35 444**	**7 211**	**472**
Ekspozycja netto w przeliczeniu na PLN	**136 277**	**31 490**	**2 408**

	31 grudnia 2025		
kwoty w walutach	**USD**	**EUR**	**GBP**
Należności handlowe			
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	21 872	4 626	1 215
Kaucje gotówkowe			
Zobowiązania z tytułu leasingu			
Zobowiązania handlowe	20 750		
Ekspozycja netto w walucie	**42 623**	**4 626**	**1 215**
Ekspozycja netto w przeliczeniu na PLN	**153 509**	**19 551**	**5 881**

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 niezmienne i nie uwzględnia wpływu zmian na prognozowaną sprzedaż i zakupy.

	30 września 2026			
	Umocnienie kursu	Wpływ na wynik finansowy	Osłabienie kursu	Wpływ na wynik finansowy
USD	10%	11 038	-10%	(11 038)
EUR	10%	2 551	-10%	(2 551)
GBP	10%	195	-10%	(195)

	31 Grudnia 2025			
	Umocnienie kursu	Wpływ na wynik finansowy	Osłabienie kursu	Wpływ na wynik finansowy
USD	10%	12 434	-10%	(12 434)
EUR	10%	1 584	-10%	(1 584)
GBP	10%	476	-10%	(476)

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 września 2026	31 grudnia 2025
Oprocentowane instrumenty finansowe		
- o stałej stopie procentowej	**1 403**	**778**
Zobowiązania z tytułu leasingu	1 403	778
- o zmiennej stopie procentowej	**2 022**	**629**
Kredyt w rachunku bieżącym	1 448	332
Środki pieniężne i ich ekwiwalenty	574	297
Ekspozycja netto na ryzyko stopy procentowej (w odniesieniu do instrumentów o zmiennej stopie procentowej)	**2 022**	**629**

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.
30 września 2026	2 022	16	(16)
31 grudnia 2025	629	5	(5)

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 osiągania przychodów z umów z klientami.

W bieżącym okresie sprawozdawczym Spółka przyjęta do użytkowania zakończone prace rozwojowe o wartości 3 449 tys. PLN. Na koniec 30 września2026 roku nakłady na oprogramowanie wytwarzane we własnym zakresie, które nie zostało jeszcze zakończone, wyniosły 2 003 tys. PLN z czego kwota 974 tys. PLN dotyczyła nakładów poniesionych w 2026 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

Wartość brutto na dzień 1 Stycznia 2025	Oprogramowanie wytworzone we własnym zakresie	Inne wartości niematerialne	Prace rozwojowe w toku	Zaliczki na wartości niematerialne i prawne	Razem
Wartość brutto na dzień 1 Stycznia 2025	**14 068**	**315**	**3 910**	**154**	**18 447**
Zwiększenia	-	17	3 088		3 105
Przemieszczenie wewnętrzne	3 144	69	(3 144)	(69)	-
Likwidacje/zbycie			(21)	(85)	(106)
Wartość brutto na dzień 31 Grudnia 2025	**17 212**	**401**	**3 833**	**-**	**21 446**
Wartość brutto na dzień 1 Stycznia 2026	**17 212**	**401**	**3 833**	**-**	**21 446**
Zwiększenia		18	1 625		1 643
Przemieszczenie wewnętrzne	3 449		(3 449)		-
Likwidacje/zbycie			(6)		(6)
Wartość brutto na dzień 30 września 2026	**20 661**	**419**	**2 003**	**-**	**23 083**

	Oprogramowanie wytworzone we własnym zakresie	Inne wartości niematerialne	Prace rozwojowe w toku	Zaliczki na wartości niematerialne i prawne	Razem
Umorzenie oraz odpisy z tytułu utraty wartości na dzień 1 Stycznia 2025	**(4 564)**	**(307)**	**-**	**-**	**(4 871)**
Amortyzacja	(3 092)	(30)			(3 122)
Zbycia/likwidacje/przemieszczenie wewnętrzne			-	-	-
Umorzenie oraz odpisy z tytułu utraty wartości na dzień 31 Grudnia 2025	**(7 656)**	**(337)**	**-**	**-**	**(7 993)**
Umorzenie oraz odpisy z tytułu utraty wartości na dzień 1 Stycznia 2026	**(7 656)**	**(337)**	**-**	**-**	**(7 993)**
Amortyzacja	(2 813)	(23)	-	-	(2 836)
Zbycia/likwidacje/przemieszczenie wewnętrzne	-	-	-	-	-
Umorzenie oraz odpisy z tytułu utraty wartości na dzień 30 września 2026	**(10 469)**	**(360)**	**-**	**-**	**(10 829)**

	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 2025	**9 556**	**64**	**3 833**	**-**	**13 453**
Wartość netto na dzień 30 Września 2026	**10 192**	**59**	**2 003**	**-**	**12 254**

Prace rozwojowe w toku			
Lp	**Nazwa projektu**	**Opis projektu**	**wartość netto na dzień 30.09.2026**
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	**Publiczne API dla Agencji**	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.	**300**
3	**Integracja LinkedIn - faza 2.**	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.	**387**
4	**New Inbox - iteration 2**	Najwyżej żądaną funkcją inboxa są wątki - możliwość zobaczenia tego co się wysyłało. Na drugim miejscu mamy CC oraz nieczytane wiadomości. Iteracja dwa jest konieczna ponieważ pierwsza iteracja nie zaspokaja najważniejszych potrzeb userów. Istotnym elementem w nowej iteracji projektu Inbox jest zmieniony interfejs użytkownika oraz przejście na tzw. filtry boczne co docelowo umożliwia użytkownikowi łatwiejszą pracę na treści maili oraz optymalizuje czas poruszania się po interfejsie.	**54**
5	**Rozbudowa modułu Office**	Celem programu jest wprowadzenie szeregu usprawnień w module Office mających na celu bardziej elastyczne zarządzanie sesjami, umożliwienie rozliczania różnych rodzajów slotów, oraz możliwość zakupów wybranych elementów w wersji próbnej aplikacji.	**72**
6	**Wdrożenie Woodpecker AI Agent**	Wdrożenie AI Agenta - program ma na celu przygotowanie infrastruktury i komponentów umożliwiających wdrożenie do produktu nowego innowacyjnego modułu Agenta AI wspomagającego użytkownika w wykonywaniu bieżących działań.	**543**
7	**Analiza, wybór i wdrożenie rozwiązania API Gateway**	Celem projektu jest zaprojektowanie i zweryfikowanie architektury warstwy API Gateway, która umożliwiłaby bezpieczne i skalowalne udostępnianie usług Woodpecker.co przez publiczne oraz wewnętrzne API. Rozwiązanie powinno obsługiwać między innymi routing żądań, uwierzytelnianie i autoryzację, ograniczanie ruchu, izolację klientów, obserwowalność oraz kontrolowaną migrację pomiędzy wersjami API. Projekt nie ogranicza się do instalacji gotowego produktu. Przedmiotem prac jest ustalenie, czy dostępne technologie mogą zostać zastosowane w architekturze Woodpecker.co przy zachowaniu wymagań dotyczących wydajności, dostępności, bezpieczeństwa i zgodności wstecznej.	**8**
8	**Analiza i rozbudowa publicznego API, przygotowanie rozwiązań pod API Lead Finder, API custom Infra**	Celem projektu jest opracowanie rozszerzonej architektury publicznego API Woodpecker.co umożliwiającej udostępnienie procesów związanych z Lead Finder oraz zakupu konfigurowalnych domen i skrzynek z wykorzystaniem zewnętrznych integracji. Prace obejmują przekształcenie procesów wewnętrznych w stabilny, bezpieczny i możliwy do wersjonowania interfejs publiczny, obsługujący procesy asynchroniczne i synchroniczne, zmienne struktury danych, uprawnienia klientów, rozliczanie wykorzystania zasobów oraz błędy częściowe.	**98**

9	**Przygotowanie i zaprojektowanie Bounce Rate Monitor - kategoryzacja bounce rate, pauzowanie kampanii**	Celem projektu jest określenie, czy możliwe jest opracowanie systemu, który będzie automatycznie identyfikował i kategoryzował różne typy zdarzeń typu bounce, oceniał ich wpływ na bezpieczeństwo i skuteczność kampanii oraz rekomendował działania pozwalające ograniczyć ryzyko dalszego wzrostu bounce rate. Projekt zakłada zbadanie możliwości stworzenia mechanizmu, który na podstawie kodów SMTP, treści komunikatów zwrotnych, danych historycznych oraz kontekstu kampanii będzie rozpoznawał przyczynę bounce i przypisywał jej właściwą kategorię. System powinien umożliwić podjęcie adekwatnej reakcji, takiej jak ostrzeżenie użytkownika, zmiana konfiguracji infrastruktury wysyłkowej, czasowe ograniczenie wysyłki albo automatyczne lub manualne wstrzymanie kampanii. Dodatkowym celem projektu jest sprawdzenie, czy modele językowe LLM mogą stanowić dodatkową warstwę oceny opracowanych rekomendacji oraz czy, przy wykorzystaniu protokołu MCP, możliwe będzie bezpieczne zastosowanie zaakceptowanej rekomendacji poprzez zmianę odpowiedniej konfiguracji systemu.	**58**
10	**Sending Engine iteracja 2**	Druga iteracja projektu Sending Engine obejmuje rozwój obu sekcji, edytora i statystyk. W tym projekcie skupiamy się głównie na dokładaniu kolejnych funkcjonalności, które usprawniają obsługę samego edytora, oraz na optymalizacji istniejącego kodu. Użytkownik zyska: -możliwość edytowania stepów bezpośrednio w statystykach, co przyspieszy wdrażanie poprawek na podstawie bieżących wyników kampanii; -więcej podpowiedzi jak prowadzić kampanie, żeby osiągnąć sukces (hinty), -w tym gotowe wiadomości generowane za pomocą AI według rekomendowanych szablonów (frameworki), zgodne z najnowszymi rekomendacjami dot. cold mailingu i dostsowane do oferty klienta; -precyzyjne komunikaty o stanie kampanii i jej wynikach; -zaawansowane budowanie warunków (conditions) w oparciu o wiele zmiennych jednocześnie.	**91**
11	**Listy iteracja 2**	Druga iteracja skupia się głównie na dostarczeniu funkcjonalności enrichmentu dla komponentu List. To pozwoli na wzbogacenie danych o potencjalnych klientach na podstawie dostępnych danych szczątkowych, jak np.: -imię, nazwisko, nazwa firmy, -imię, nazwisko, strona www firmy, -adres URL profilu na LinkedIn, -adres email. User może przynieść do Woodpeckera część danych, a my dla niego pozyskamy bardziej szczegółowe informacje (nazwa stanowiska, obecny pracodawca, dane firmograficzne), które posłużą do sper sonalizowania kampanii.	**44**
12	**Nowy Onboarding iteracja 2**	Projekt obejmuje 3 sekcje z zakresu wdrażania zupełnie nowego użytkownika do aplikacji: -etap tuż po otwarciu konta (prowadzenie przez pierwsze kroki w aplikacji, aż do pierwszego sukcesu, czyli uruchomienia kampanii), -lista kampanii (czyli widok najczęściej odwiedzany przez wszystkich userów, również tych stałych), -zupełnie nowy komponent journey + zbiorcze statystyki wszystkich kampanii. Całość ma na celu budowanie zaangażowania, jednocześnie wspierając sukces użytkownika, czyli wysoka dostarczalność i pozytywne odpowiedzi.	**88**
13	**Woodpecker Embedded**	Projekt skupia się na wytworzeniu subproduktu dla nowego typu odbiorcy - zaawansowanego technicznie użytkownika, nastawionego na duże wolumeny wysyłkowe. Rozwiązanie będzie się opierać na API kluczowych części obecnej aplikacji Woodpecker oraz nowych, rozbudowanych możliwościach skupionych głównie wokół silnika wysyłkowego. Obecnie takie rozwiązania na rynku cold email nie są popularne, więc jest wysoki potencjał na wypełnienie niszy i uzyskanie przychodu z nowego źródła.	**70**
	Razem		**2 003**

Oprogramowanie wytworzone we własnym zakresie (zakończone prace rozwojowe)				
Lp	**Nazwa projektu**	**Opis projektu**	**Wartość netto na dzień 30.09.2026**	**Przewidywana data zakończenia amortyzacji**
1	**Aplikacja Woodpecer podstawowa wersja programu komputerowego**	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 wchodzą 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	**Moduł PP**	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 szybkie dostarczenie rozwiązania oraz ułatwiło kontrolę spójności danych.	0	sierpień 2025
3	**Nowy Billing**	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. 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. 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. 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.	0	sierpień 2026

4	**Manual Task**	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.	6	listopad 2026
5	**IF CAMPAIGNS**	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 prospekta, akcja wykonana na wiadomości (kliknięcie, otwarcie). Elementem dodatkowym w zakresie projektu jest optymalizacja wysyłki oraz zapewnienie użytkownikowi efektu płynnego wysyłania pomimo ograniczeń czasowych nałożonych na wysyłkę.	10	maj 2027
6	**GLOBAL STATS**	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 ma zawierać interpretację zebranych danych w celu wskazania pozytywnych lub negatywnych trendów związanych z prowadzoną wysyłką.	23	czerwiec 2027

7	**OWL**	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.	63	czerwiec 2027
8	**Warm-Up**	Moduł warm-up miał na celu zautomatyzowane budowanie pozytywnej reputacji wysyłającego w świetle mechanizmów kwalifikujących jakość wysyłki w tym filtrów anty-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.	208	grudzień 2027
9	**Onboarding**	Projekt polegający na stworzeniu infrastruktury związanej z wdrożeniem użytkownika do aplikacji z podniesieniem wskaźnika konwersyjnego. Zakres projektu: 1. Uproszczenie formy logowania do aplikacji 2. Przygotowanie serii zmian tekstowych, komunikatów, pop-ups, progress bars i innych form wizualnych przekazujących wiedzę oraz porady dotyczące działania aplikacji 3. Optymalizacji procesów działania aplikacji - przyspieszenie działania aplikacji w celu podniesienia pozytywnych wrażeń z użytkowania oraz dostępności aplikacji 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.	395	grudzień 2027

10	**Workflows**	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 prospekta. 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 snippeta z personalizacją. Dodatkowo grupa funkcjonalności zostaje uzupełniona o możliwość ustawienia kampanii w czasie.	79	marzec 2028
11	**Templates**	Umożliwiliśmy użytkownikowi aplikacji Woodpecker zapis predefiniowanych treści wiadomości email składających się z następujących części składowych: Treść wiadomości email; Temat wiadomości. 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). 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.	29	marzec 2028
12	**Product Tours**	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.	40	marzec 2028
13	**Wysyłka kampanii z wielu skrzynek**	Projekt mający na celu poprawę dostarczalności kampanii mailowych klienta - jest to większą inicjatywa dotykającą podstaw produktu. Umożliwiając wysyłkę kampanii z wielu skrzynek, zaadresujemy feedback (prośby) naszych użytkowników pomagając im lepiej docierać do swoich klientów	153	październik 2028
14	**Optymalizacja podłączenia skrzynek mailowych**	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 wpłynie na liczbę użytkowników bliższych odkryciu wartości produktu.	23	październik 2028

15	**Nowy moduł API**	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 dostarczanymi 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 zostaną na nowo wybudowanym API.	193	październik 2028
16	**Mechanizmy wsparcia dostarczalności**	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 wadzić opierają się o wykorzystaniu "mądrych" mechanizmów zarządzania wysyłką tak aby nasz użytkownik zwiększał swoje szanse dotarcia do swoich klientów (poprzez email).	14	październik 2028
17	**Integracja z Aircall**	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	28	październik 2028
18	**Aplikacja White Label 1.1**	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 domenie agencji z jej brandingiem i kolorami. Dodatkowo aplikacja jest przystosowana do używania na różnych rozdzielczościach w tym także na urządzeniach mobilnych	220	październik 2028

19	**Moduł Agencyjny**	Moduł Agencyjny to projekt umożliwiający użytkownikowi aplikacji Woodpecker dostęp do wielu 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. 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 zakłada stworzenie dashboardu pozwalającego na śledzenie kampanii prowadzonych przez agencję dla jej właścicieli, a dla jej pracowników, uproszczonego logowania się do kont klientów, którymi zarządzają.	839	listopad 2028
20	**Integracja z DUXSoup**	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 jest 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.	337	grudzień 2028
21	**Integracja z OpenAI**	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.	28	grudzień 2028
22	**Spamword Finder**	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 będzie obejmuje takie działania, jak: dodanie słów w innym języku niż angielskim, połączenie z już istniejących mechanizmem Spamcheck w celu zapewnienia jak największej kontroli nad jakością treści, sugerowanie synonimów słów uznawanych za potencjalnie niebezpieczne.	6	grudzień 2028
23	**Nowa metryka wartości (rozliczeniowa)**	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).	208	grudzień 2028

24	**Podział produktów V1**	Zwiększyliśmy klarowność wyboru produktu przez użytkownika (tak aby użytkownik miał pewność jaki produkt wybrał). Wyznaczyliśmy 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).	50	marzec 2029
25	**Prospects MVP**	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 pozwoli zbudować komplementarne rozwiązanie	563	kwiecień 2029
26	**Sales Assistant Dashboard**	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.	184	marzec 2029
27	**Scale MVP**	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.	436	marzec 2029
28	**White Label 1.2**	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.	8	czerwiec 2029
29	**Lead finder - iteracja 1 (Lead finder w "core" produktach)**	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).	230	październik 2029
30	**Spintax**	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.	21	październik 2029

31	**Mechanizm kupna domen i skrzynek (integracja z Mailreef.com)**	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 dostarczalnosci) w naszym produkcie. Wybraliśmy Mailreef.com jako partnera technologicznego który dostarcza nam domeny i skrzynki. Koncept ten podzielony jest na: cześć pośredniej prostej integracji z Mailreef.com (user musi założyć osobne konto w Woodpecker i Mail Reef, zaś integracja oparta jest o API) cześć 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.	29	październik 2029
32	**Lead finder - iteracja 2**	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.	116	listopad 2029
33	**Campaign Management - Iteracja 1**	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)	47	grudzień 2029
34	**Nowy Bounce Shield integracja**	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.	50	grudzień 2029
35	**Obsługa wygasania tokena auth dla skrzynek**	W odpowiedzi na zmiany rynkowe dotyczące mechanizmu autoryzacji użytkowników, wprowadzone przez jednego z kluczowych dostawców poczty – firmę Google, wdrażamy 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.	53	grudzień 2029

36	**Uwierzytelnianie dwuskładnikowe (2FA)**	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.	10	styczeń 2030
37	**Plany oparte o limity**	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.	58	luty 2030
38	**Campaign Reports**	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 czasu. Generowany w ten sposób plik PDF może zostać wysłany do klienta końcowego i być podstawą do rozliczenia się pomiędzy agencją a jej klientem końcowym.	35	luty 2030
39	**Usprawnienie mechanizmów obsługi domen trakujacych**	W odpowiedzi na problemy użytkowników związane z domenami wykorzystywanymi do śledzenia parametrów wysyłki kampanii mailowych, wprowadziliśmy innowacyjny mechanizmu 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.	52	marzec 2030
40	**Obsługa zapisu wysłanych wiadomości w folderze "sent"**	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 wysyłanymi wiadomościami i kontrolowanie wyników kampanii.	28	marzec 2030
41	**Lead finder - iteracja 3.**	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.	167	Kwiecień 2030

42	**Tabela Prospect**	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 przetwarzającej 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 aplikacj	862	maj 2030
43	**Nowe opcje blacklist-owania prospektów**	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 automatyczne aktualizacje statusu prospektów. Dzięki tym zmianom użytkownicy mogą szybciej reagować na niepożądane kontakty, co pozytywnie wpłynie na jakość ich kampanii e-mailowych.	94	maj 2030
44	**Integracja z PipeDrive**	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.	66	lipiec 2030
45	**Wysyłka kampanii z wielu skrzynek Faza 2**	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.	62	sierpień 2030
46	**Wsparcie "liquid syntax" w produkcie**	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.	30	sierpień 2030
47	**LinkedIn jako natywny kanał**	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	167	sierpień 2030

	do outbound-u w 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 przychod.		
48	**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.	316	sierpień 2030
49	**Moduł Agencyjny 2**	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.	17	sierpień 2030
50	**Lepsza walidacja maili prospektów (aka catch-all)**	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 wysyłać 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.	101	wrzesień 2030
51	**Copy warm up**	Dodaliśmy opcję w UI app, która umożliwia użytkownikowi wybór istniejącej wiadomości z kampanii jako treści do wam-upa. Jest to funkcja w ramach istniejących opcji od Mailivery, opcja nieobowiązkowa jako advance. Użytkownik ma możliwość wybrania konkretnej treści do rozgrzewki w edycji kampanii.	24	wrzesień 2030
52	**ESP matching**	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.	119	październik 2030
53	**UI Webhooks**	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 prospekta spowodują wysłanie powiadomienia do np. Slacka naszego klienta aby mógł on szybko zareagować i zamknąć sprzedaż.	145	październik 2030
54	**Domains - Iteracja 2.0**	Celem projektu było wprowadzenie szeregu zmian i usprawnień w zakładce Domains & Mailboxes w tym: poprawienie widoczności dostawców w zakresie zakupu różnych infrastruktur (Domany z dedykowanymi serwerami); Dodanie nowych dostawców domen i skrzynek mailowych; Umożliwienie użytkownikowi dodawania skrzynek mailowych na własne domeny; Umożliwienie użytkownikowi zakupu wstępnie rozgrzanych skrzynek i domen (tzw. pre-warmed infrastructure).	17	październik 2030

55	**Bulk-owe dodawanie skrzynek do systemu**	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.	243	styczeń 2031
56	**ESP matching - iteracja 2.**	Celem projektu jest dostarczenie funkcjonalności potencjalnie poprawiającej reputacje skrzynki i jej dostarczalność, a mianowicie, wysyłka kampanii jedynie pomiędzy tymi samymi dostawcami skrzynek (np. Google do Google).	105	styczeń 2031
57	**Substatusy - Iteracja 1.0**	Stworzyliśmy nową jednostkę tagowania/oznaczania jaką jest substatus. Dzięki substatusom userzy mogą bardziej szczegółowo określić warunki do workflows. Celem jest wsparcie używalności funkcji workflow w kampaniach, tak żeby prospekt bezobsługowo trafiał do kolejnych kampanii na podstawie jego zachowania (odpowiedź, brak odpowiedzi, IL, substatus).	60	styczeń 2031
58	**Lead Finder Company Search - Iteracja 1.0**	Rozbudowaliśmy Lead Findera o kontekst firm, co pozwala na wyszukiwanie najpierw firm, z których user będzie mógł potem wybrać osoby do skontaktowania. Krok w zakładce Companies pozwoli na wyszukanie firm o wysokim potencjale nawiązania współpracy, bazując na niedostępnych wcześniej filtrach, takich jak roczny dochód, tagi, lepiej rozbudowane branże czy precyzyjna lokalizacja. Ten dodatkowy krok znacznie ułatwia znalezienie osób na właściwych stanowiskach w obrębie firm ICP (Ideal Customer Profile).	52	luty 2031
59	**Nowa metryka wartości (rozliczeniowa) Faza 2**	Wdrożyliśmy nową metrykę rozliczeniową 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 umożliwia lepsze skalowanie przychodów w oparciu o rzeczywiste korzyści dostarczane klientom, zwiększając ich satysfakcję i lojalność. Dodatkowo, nowa metryka pomaga w optymalizacji oferty i strategii cenowej, wspierając długoterminowy rozwój produktów Woodpecker.	1 051	kwiecień 2031
60	**Payment in currencies**	Klient ma możliwość dokonania płatności za produkt w wybranej przez siebie walucie. Obowiązująca dla klienta waluta zdefiniowana jest na poziomie sesji rozliczeniowej i dla danej sesji nie będzie już mogła być zmieniona. Aby zmienić walutę, trzeba rozpocząć nową sesję (analogicznie do zmiany okresu rozliczeniowego). Wybór waluty musi 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. Aktualna waluta klienta jest synchronizowana przez ODS i zapisana w bazie produktu. Waluta rachunku będzie przekazywana w ramach payloadów billingowych. Cennik i estymacje cen pakietów, addonów i slotów są zwracane w aktualnej walucie klienta. Aby pokazać walutę trzeba 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.	221	kwiecień 2031

61	**Bulk-owe zarządzanie ustawieniami skrzynek**	Z uwagi na rosnącą liczbę skrzynek, które użytkownicy mogą dodawać do aplikacji, umożliwiliśmy im łatwe i szybkie zarządzanie ustawieniami wielu skrzynek jednocześnie. Dzięki tej funkcji użytkownicy mogą zaoszczędzić czas i poprawić efektywność, dostosowując ustawienia dla wielu skrzynek w jednym miejscu, bez potrzeby edytowania każdej skrzynki z osobna. Takie rozwiązanie zapewnia wygodę i lepszą organizację, szczególnie dla użytkowników zarządzających dużą liczbą kont, umożliwiając szybsze dostosowywanie parametrów kampanii i monitorowanie ich wyników.	78	kwiecień 2031
62	**Przygotowanie i rozbudowa programu partnerskiego**	Rozbudowaliśmy program partnerski i podpieliśmy go do nowego narzędzia, tak aby umożliwić pozyskiwanie partnerów z zewnętrznych z tzw. Marketplaces. Projekt jest ukierunkowany na optymalizację czasu niezbędnego na rozbudowę i utrzymanie programu partnerskiego oraz na akwizycję nowych partnerów co przekłada się wprost na pozyskanie nowych klientów.	101	kwiecień 2031
63	**Message Broker (Kafka)**	Stworzyliśmy sposób 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 zrównoleglenia 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 przysłużyły się do zbudowania modeli statystyk prospektów w kampanii, zwiększyły wydajność jej ładowania (także w CE jeżeli użyjemy naszego modelu) oraz umożliwiły sortowanie.	34	czerwiec 2031
64	**Agency Campaign Tab - Iteracja 2**	Faza 2. projektu zakładki kampanii dla agencji. W ramach tej inicjatywy wykorzystaliśmy nowo stworzony system agregacji danych do wykonywania operacji na tabeli prezentującej kampanie wraz z ich statystykami. Oznacza to, że użytkownik może 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. Stworzyliśmy w ten sposób system pozwalający na analizę i wyciąganie wniosków przez użytkownika.	118	czerwiec 2031
65	**New Inbox - iteration 1**	Zweryfikowaliśmy nasze skrzynki odbiorcze od podstaw. Wprowadziliśmy nowe funkcjonalności. Zaczęliśmy od parzystości funkcji z naszą obecną skrzynką odbiorczą, ale z nową technologią i nowym designem. Wprowadzamy kilka nowych funkcji.	195	czerwiec 2031
66	**Lead finder - iteracja 4.**	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. Wzbogaciliśmy konta Woodpeckera (TRIAL / PREMIUM / PAUSE) o dodatkowe dane takie jak rozmiar firmy, lokalizacja, opis firmy. Wprowadziliśmy nowe usprawnienie polegające na zapamiętywaniu filtrów LFa (user wybiera filtry i może zapamiętać je per swoje konto / lub konto całej firmy).	209	czerwiec 2031
67	**Nowy Onboarding do aplikacji**	Wprowadziliśmy szereg usprawnień, które pomogą użytkownikowi szybsze i lepsze odnalezienie się w aplikacji i pracę z jej funkcjonalnościami w tym z funkcjonalnościami nowo dodanymi.	153	czerwiec 2031

68	**Warmy: nowy provider warm-upu**	Umożliwiliśmy rozgrzewanie skrzynki i domeny za pomocą infrastruktury Warmy. Dodaliśmy nowego dostawcę warm upu (warmy). Dodaliśmy nowe parametry specyficzne dla MS, które oferuje Warmy. Dodaliśmy również elementy interfejsu usera umożliwiające wybór dostawcy.	14	czerwiec 2031
69	**Sending engine: edytor kampanii**	Projekt obejmował prace nad nowym interfejsem obszaru edycji kampanii. Celem było opracowanie oraz wdrożenie innowacyjnych rozwiązań usprawniających proces tworzenia kampanii, w tym uproszczenie interakcji użytkownika, poprawa ergonomii oraz zwiększenie efektywności pracy w aplikacji. Zakres działań koncentrował się głównie na: - dostosowaniu interfejsu do nowoczesnych standradów rynkowych oraz budowaniu poczucia podobieństwa w obsłudze, w porównaniu do wiodących konkurentów, - rozbudowie mechanizmu warunków, co pozwala na tworzenie wieloetapowych, rozbudowanych i odpowiadających na wiele potrzeb jednocześnie kampanii, - promowaniu i uwidocznieniu nieco schowanych wcześniej funkcjonalności, których adopcja była niska a może wpłynąć pozytywnie na sukces klienta (np. workflows), - zmianie technologii frontendowej na jedną z najnowocześniejszych: Angular.	75	czerwiec 2031
70	**Lists in app**	Celem tego projektu było umożliwienie naszym użytkownikom tworzenia list i zarządzania nimi w naszej aplikacji. Lista pełni nie tylko funkcję organizacyjną, ale także pozwala użytkownikowi na wykonywanie określonych czynności, takich jak: -weryfikacja adresów e-mail przed wysłaniem kampanii, -weryfikacja typu „catch all" przed wysłaniem kampanii, -segmentacja ICP (Ideal Customer Profile), -ocena ICP na podstawie wyników listy, a w przyszłości: praca z listami z wykorzystaniem sztucznej inteligencji w podobny sposób jak w serwisach Clay lub Discolike.	106	czerwiec 2031
71	**ICP builder in - app**	Stworzyliśmy narzędzie do budowania bazy odbiorców na podstawie profilu idealnego klienta jako dalszy etap rozwoju naszego narzędzia Lead Finder. „ICP Builder" jest nazwą roboczą. Narzędzie „ICP Builder" umożliwia użytkownikowi tworzenie profilu ICP na poziomie firmy, dzięki: -możliwości napisania prompta - użytkownik będzie mógł opisać własnymi słowami kim jest jego idealny klient (np. małe i średnie firmy wnętrzarskie z południowych Niemiec) -wyszukiwaniu domen look-alike, co oznacza możliwość odnalezienia firm, które mają podobny profil do tych, z którymi użytkownikowi udało się nawiązać satysfakcjonującą współpracę, -wyszukiwaniu według słów kluczowych na stronie internetowej potencjalnego klienta/kontrahenta, -możliwości włączania lub wyłączania (yes/no) z poszukiwań danego parametru (na przykład chcę sprawdzić, czy firma A organizuje webinary, więc wybieram tag "webinar" i oznaczam to jako "yes") -tworzeniu listy profili ICP na podstawie pliku CSV zawierającego najlepsze/najnowsze sfinalizowane transakcje.	64	czerwiec 2031

72	**Sending engine: statystyki kampanii**	Ten projekt jest częścią i naturalną konsekwencją PROG-191: Sending engine: edytor kampanii In Progress . Projekt skupiał się na opracowaniu i rozwoju nowego modelu prezentacji oraz analizy statystyk w kontekście wdrażanej funkcjonalności obsługi wielu warunków jednocześnie w kampaniach. Prace obejmowały: - rozwój warstwy wizualnej interfejsu statystyk oraz dostosowanie logiki prezentacji danych do bardziej złożonych scenariuszy biznesowych (wiele warunków), - dodanie nowych metryk analitycznych, które pomogą ocenić sukces kampanii (np. sekcja Efficiency), - optymalizację logiki zliczania obecnych metryk, na których niejasność uwagę zwracali klienci oraz zespoły obsługi klienta (np. zliczanie Queued, nazewnictwo w kanale LinkedIn), - podkreślenie pozytywnych wyników kampanii (np. uwidocznienie Interested oraz dodanie positive reply rate), - odświeżenie i unowocześnienie samego widoku dla poczucia przejrzystości sytuacji w kampanii. Logika za zliczaniem kluczowych metryk (np. Delivered, Opened) pozostała bez zmian.	25	czerwiec 2031
73	**Mechanizm kupna domen i skrzynek faza 2.**	Faza 2. projektu mechanizmu kupna domen i skrzynek to uruchomienie w pełni automatycznego procesu zakupu domen i skrzynek w Woodpeckerze poprzez white label integrację z Maildoso. To rozwiązanie pozwala użytkownikom na łatwy zakup i zarządzanie domenami bezpośrednio z poziomu aplikacji.Pełna automatyzacja, w tym integracja z API Maildoso, umożliwia bezbłędny zakup domen i skrzynek. Dodatkowo, automatyczny billing po stronie Woodpecker oraz integracja z Office pozwalają na jeszcze łatwiejsze zarządzanie transakcjami. Projekt usprawnia całe doświadczenie użytkownika, czyniąc proces bardziej intuicyjnym i efektywnym.	229	wrzesień 2031
	Razem		**10 192**	

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 września 2026	31 grudnia 2025
Długoterminowe	**73**	**73**
Inne aktywa		
Kaucje	73	73
Krótkoterminowe	**243**	**232**
Przedpłacone usługi	87	95
Usługi reklamowe		
Polisy i subskrypcje na oprogramowanie	87	95
Inne aktywa	**156**	**137**
Zaliczki na dostawy	-	28
Kaucje		
Należności z tytułu podatków (z wyłączeniem podatku CIT) oraz ubezpieczeń społecznych	128	109
Pozostałe		
Razem	**316**	**305**

6.5 Pozostałe zobowiązania niefinansowe

	30 września 2026	31 grudnia 2025
Zobowiązania z tytułu niewykorzystanych urlopów	99	82
Zobowiązania z tytułu wynagrodzeń dla pracowników	136	173
Zobowiązania z tytułu programu kafeteryjnego i ZFŚS		
Zobowiązania z tytułu podatków (z wyłączeniem podatku CIT) oraz ubezpieczeń społecznych	156	202
Inne zobowiązania niefinansowe	2	3
Razem	**393**	**460**

6.6 Rezerwa na świadczenia pracownicze i pozostałe rezerwy

	30 września 2026	31 grudnia 2025
Długoterminowe	**17**	**13**
Odprawa emerytalna	17	13
Krótkoterminowe	**-**	**70**
Rezerwa na koszty związane badaniem sprawozdania finansowego	-	70
Pozostałe rezerwy		
Razem	**17**	**83**

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 będę 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 posiadanych przez niego warrantów po cenie emisyjnej równej 31,69 PLN pokrytej wyłącznie wkładami pieniężnymi.

W dniu 11 sierpnia 2026 roku Nadzwyczajne Walne Zgromadzenie postanowiło zakończyć i zlikwidować Program Motywacyjny utworzony 27 czerwca 2023r. Program miał być realizowany w latach 2023–2026 i służyć w szczególności utrzymaniu współpracy z osobami posiadającymi kluczowe kompetencje i doświadczenie, pozyskiwaniu nowych pracowników i współpracowników oraz motywowaniu uczestników do realizacji celów finansowych Spółki.

Instrumentem realizacji Programu Motywacyjnego miała być emisja nie więcej niż 450.000 imiennych warrantów subskrypcyjnych serii A, uprawniających do objęcia nie więcej niż 450.000 akcji zwykłych na okaziciela serii B. Program Motywacyjny nie został jednak zrealizowany. Nie wyemitowano ani nie objęto warrantów subskrypcyjnych serii A, a także nie powstały prawa do objęcia akcji serii B. W konsekwencji żadna osoba nie nabyła praw wynikających z Programu Motywacyjnego ani roszczeń o przyznanie warrantów lub objęcie akcji Spółki.

	9 miesięcy do 30 września 2026	9 miesięcy do 30 września 2025
Zysk netto (działalność kontynuowana)	**(937)**	**(1 329)**
Wpływ rozwodnienia		
Zysk netto, skorygowany o efekt rozwodnienia	**(937)**	**(1 329)**
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
Podstawowy zysk na akcję (w PLN) - działalność kontynuowana	(0,19)	(0,27)
Rozwodniony zysk na akcję (w PLN) - działalność kontynuowana	-	(0,24)

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 01-09.2026 wyniosła 1 359 tys. PLN (za okres 01-09.2025 wyniosła 1 568 tys. PLN).

Zakup od:	Koszty		Zobowiązania handlowe	
	9 miesięcy do 30.09.2026	9 miesięcy do 30.09.2025	30.09.2026	31.12.2025
MT Mateusz Tarczyński	195	233	0	0
Maciej.cieśla.pl Maciej Cieśla	333	334	0	46
Bouncer Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	47	191	6	4
Małgorzata Sikora	333	336	0	46
FLY ON THE CLOUD Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością	48	64	0	8
Mateusz Klinger	70	74	0	8
Adam Biel	333	336	0	46
Razem	**1 359**	**1 568**	**6**	**158**

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.

	9 miesięcy do 30.09.2026	9 miesięcy do 30.09.2025
Krótkoterminowe świadczenia pracownicze	1 080	1 080
Świadczenia po okresie zatrudnienia		
Razem	**1 080**	**1 080**

Krótkoterminowe świadczenia pracownicze dotyczą kosztów wynagrodzeń z tytułu powołania i umów o współpracę członków Zarządu. W latach 2025 i 2026 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 01-09.2026 wyniosła 179 tys. PLN (za 01-09.2025 214 tys. PLN).

7.4 Koszty świadczeń pracowniczych

	9 miesięcy do 30 września 2026	9 miesięcy do 30 września 2025
Wynagrodzenia	1 771	2 825
Płatności w formie akcji		
Ubezpieczenia społeczne	268	469
Inne świadczenia pracownicze	134	177
Razem	**2 173**	**3 471**

7.5 Zobowiązania warunkowe

Spółka na okresy objęte niniejszym sprawozdaniem nie posiada zobowiązań warunkowych.

7.6 Wpływ agresji zbrojnej Rosji na Ukrainę i konfliktu na Bliskim Wschodzie 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.

Od dnia 28 lutego 2026 r. obserwuje się podwyższoną niepewność geopolityczną na rynkach globalnych, w tym w szczególności w regionie Bliskiego Wschodu, co przekłada się na zwiększoną zmienność cen surowców oraz kursów walutowych.

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 2026 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 ściągalności 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 września 2026 r. Spółka posiadała 574 tys. PLN środków pieniężnych i stanowią one wystarczające zasoby finansowe by stwierdzić, że ryzyko utraty płynności przez Spółkę w krótkim i średnim okresie jest niskie. Na dzień 30 września 2026 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

W dniu 1 października 2026 roku, w związku z dokonaniem wpisu do Krajowego Rejestru Sądowego, doszło do podziału Spółki Woodpecker.co S.A. poprzez wydzielenie działalności produktowej do odrębnego podmiotu Woodpecker AI Sp. z o.o. Reorganizacja miała charakter wewnątrzgrupowy, a w jej wyniku Spółka objęła 100% udziałów w spółce operacyjnej, zachowując nad nią pełną kontrolę właścicielską.

Celem przeprowadzonego podziału jest bardziej przejrzyste przypisanie aktywów, kosztów, przychodów, zespołów oraz odpowiedzialności zarządczej do poszczególnych obszarów działalności, a także zwiększenie elastyczności operacyjnej i usprawnienie procesów decyzyjnych dotyczących rozwoju produktu. Przyjęta struktura ma również stworzyć warunki do elastycznego rozważania w przyszłości różnych wariantów finansowania i dalszego rozwoju działalności produktowej.

W dniu 28 października 2026 roku Pan Adam Biel złożył rezygnację z pełnionej funkcji oraz członkostwa w Zarządzie Spółki, ze skutkiem na koniec dnia 31 października 2026 roku. Jako przyczyny rezygnacji wskazał względy osobiste oraz zamiar reorganizacji dotychczasowej aktywności zawodowej. Zgodnie z ustaleniami aktualnymi na dzień publikacji niniejszego raportu będzie on kontynuował współpracę ze Spółką poza jej organami statutowymi.

W dniu 23 listopada 2026 roku Pani Małgorzata Sikora złożyła rezygnację z pełnionej funkcji oraz członkostwa w Zarządzie Spółki, ze skutkiem na koniec dnia 31 grudnia 2026 roku.

Zatwierdzenie Skróconego śródrocznego sprawozdania finansowego

Niniejsze Skrócone śródroczne sprawozdanie finansowe zostało zatwierdzone przez Zarząd Spółki dnia 24 listopada 2026 roku.

Małgorzata Sikora	**Maciej Cieśla**	**Małgorzata Słowik**
Prezes Zarządu	Wiceprezes Zarządu	Główna Księgowa
Małgorzata Sikora SimplySign TWÓJ KWALIFIKOWANY PODPIS ELEKTRONICZNY	Dokument podpisany przez Maciej Cieśla Data: 2026.11.24 13:18:02 CET	Signature Not Verified Dokument podpisany przez Małgorzata Słowik Data: 2026.11.24 11:50:40 CET