

B C L

**OSZACOWANIE
WARTOŚCI RYNKOWEJ
MARKI (ZNAKU TOWAROWEGO)
„M MEETLIFY”**

Raport z faktycznych ustaleń

Autor opracowania:
Marek Legutko

**Kraków
luty - marzec 2025**

B C L Sp. z o. o.

BCL Sp. z o.o.
31-521 Kraków
ul. Rakowicka 61 lok. 2
REGON 120154925
NIP 6762309087

NR KRS 0000246499
Sąd Rejonowy dla Krakowa-
Śródmieścia w Krakowie
Wydział XI Gospodarczy KRS
kapitał zakładowy: 51.000,00 zł

tel. +48 (0) 12 294 49 11
fax +48 (0) 12 294 49 12
e-mail: mlegutko@bcl.pl
www.bcl.com.pl

SPIS TREŚCI

I. WPROWADZENIE.....	3
1.1 Cel dokumentu	3
1.2 Zastrzeżenia.....	3
1.3 Sposób przeprowadzenia wyceny	4
1.4 Wykonawca wyceny	5
1.5 Opis przedmiotu wyceny	5
1.6 Sytuacja rynkowa makroekonomiczna na datę wyceny.....	13
II. UWARUNKOWANIA WYCENY	15
2.1 Zasady podejścia do wyceny	15
2.2 Tło prawne wycen.....	15
2.3 Założenia ogólne wyceny	15
2.4 Standardy wyceny i literatura	17
2.4 Informacje dodatkowe	18
III. WYCENA PODEJŚCIEM DOCHODOWYM - METODĄ ZWOLNIENIA Z OPŁAT LICENCYJNYCH	19
3.1 Przedmiot wyceny	19
3.2 Opis zastosowanej metody	19
3.3 Założenia wyceny	20
3.4 Obliczenie wartości marki	24
IV. WYCENA PODEJŚCIEM KOSZTOWYM - METODĄ ODTWORZENIOWĄ	26
4.1 Opis zastosowanej metody	26
5.2 Obliczenie wartości marki	26
V. PODSUMOWANIE WYNIKÓW WYCENY	29
5.1 Zestawienie wyników wyceny	29
5.2 Podsumowanie wyników wyceny i rekomendacja wyniku	29

I. WPROWADZENIE

1.1 Cel dokumentu

Niniejszy Raport z faktycznych ustaleń („Raport”) został sporządzony przez mgra Marka Legutko działającego w ramach BCL Sp. z o.o. („Opiniujący”) w wykonaniu zlecenia złożonego przez **KDR DORADZTWO I RESTRUKTURYZACJE Spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością z siedzibą w Krakowie**, KRS 0001050571 („Zleceniodawca”), pełniącą funkcję syndyka MEETLIFY SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ W UPADŁOŚCI („Upadły”).

Przedmiotem zlecenia było sporządzenie wyceny (oszacowania wartości rynkowej) marki (znaku towarowego) „**M MEETLIFY**” wchodzącego w skład masy upadłości Upadłego dla potrzeb zbycia w toku postępowania upadłościowego według stanu na dzień sporządzenia oszacowania.

Raport stanowi podsumowanie prac we wskazanym zakresie.

1.2 Zastrzeżenia

Niniejszy Raport stanowi opracowanie całościowe i jego poszczególne części nie powinny być interpretowane bez zapoznania się z całością.

Wycena została w podstawowym zakresie opracowana na podstawie danych finansowych uzyskanych od Zlecniodawcy i Upadłego (w tym z publicznie dostępnych rejestrów). Opiniujący nie dokonywał odrębnej weryfikacji tych danych i nie ponosi odpowiedzialności za ich prawdziwość oraz rzetelność.

Wycena przeznaczona jest wyłącznie do użytku Zlecniodawcy i wyłącznie w celach, dla których została sporządzona. Opiniujący nie ponosi odpowiedzialności za niezgodne z wyżej określonym celem, nieautoryzowane lub w inny sposób nieprawidłowe użycie wyceny.

Uzyskane i zaprezentowane wyniki stanowią wyraz wiedzy, kwalifikacji doświadczenia i należytej staranności Opiniującego, jednak nie stanowią gwarancji ani zapewnienia zaistnienia zdarzeń w przyszłości. Nie stanowią także rekomendacji dokonania inwestycji bądź transakcji ani czynności doradztwa inwestycyjnego.

Ustalona w ramach niniejszego oszacowania wartość może być osiągnięta wyłącznie w warunkach rynkowego popytu na tego typu składnik niematerialny. W przypadku braku lub ograniczonego popytu na rynku, zwłaszcza w warunkach wymuszonej sprzedaży upadłościowej, osiągnięcie tej ceny może się okazać istotnie utrudnione.

Wszelkie informacje i dane zawarte w Raporcie mają charakter poufny i nie mogą być ujawnione osobom trzecim bez zgody Zleceniodawcy.

Opiniujący zastrzega sobie prawo do dokonania korekty wyceny w przypadku gdyby stan istniejący w chwili sporządzania wyceny i wpływający w sposób istotny na wartość przedmiotu wyceny stał się wiadomy Opiniującemu dopiero po sporządzeniu Raportu.

1.3 Sposób przeprowadzenia wyceny

Niniejsza wycena została przeprowadzona w okresie luty-marzec 2025 roku.

Podstawę prac stanowiły przede wszystkim następujące dokumenty i dane źródłowe:

- o dane rejestrowe i opis znaku towarowego należącego do Meetlify Sp. z o.o. w upadłości, stanowiącego markę „M MEETLIFY” (źródło: Zleceniodawca);
- o ankieta szczegółowa znaku towarowego (wypełniona przez przedstawiciela Upadłego na podstawie arkusza przygotowanego przez Opiniującego);
- o informacja na temat obrotów generowanych w latach 2018-2022 przez Meetlify Sp. z o.o. upadłości oraz sprawozdania finansowe i sprawozdania z działalności za ten okres (źródło: eKRS, Informator Prawno-Gospodarczy LEX);
- o opis działalności Upadłego prowadzonej z wykorzystaniem wycenianej marki (źródło: Zleceniodawca);
- o wycena z dnia 7 stycznia 2025 r. oprogramowania spółki Meetlify Sp. z o.o. w upadłości działającego z wykorzystaniem marki M MEETLIFY (źródło: Zleceniodawca);
- o wyszukiwarki znaków towarowych Urzędu Patentowego RP oraz TMView (EUIPO);
- o notowania giełdowe (źródło: Bankier.pl, Money.pl, gpw.pl, bloomberg.com);
- o informacje na temat transakcji dotyczących znaków towarowych (źródło: baza danych MARKABLES.net);
- o raporty okresowe, materiały informacyjne i rekomendacje dla podmiotów porównywalnej branży (źródła: Bankier.pl, BiznesRadar.pl, Informator Prawno-Gospodarczy LEX);
- o notowania i rentowność obligacji skarbowych (źródło: obligacjeskarbowe.pl, Fenebris.com);
- o ranking marek 2013, 2014, 2015, 2016, 2018, 2020, 2021 (źródło: Rzeczpospolita);
- o rankingi marek światowych (źródło: brandirectory.com, interbrand.com, millwardbrown.com).

Ponadto oparto się na informacjach i danych branżowych otrzymanych od Zleceniodawcy oraz dostępnych Opiniującemu z innych źródeł.

Dla potrzeb wyceny nie przeprowadzono audytu, *due dilligence* ani tym podobnych badań polegającego wycenie znaku towarowego ani przedsiębiorstwa Upadłego.

1.4 Wykonawca wyceny

Autorem wyceny jest **Marek Legutko**, doradca restrukturyzacyjny (nr lic. 964), radca prawny (KR-3427), członek Stowarzyszenia Biegłych Wyceny Przedsiębiorstw w Polsce (w którym pełni funkcję członka Komisji Standardów i Metodyki Wyceny).

Absolwent Uniwersytetu Jagiellońskiego, Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie i Wyższej Szkoły Kształcenia Zawodowego w Przemyślu. Ukończył studia prawnicze, Szkołę Prawa Francuskiego, a także studia podyplomowe z zakresu Rachunkowości i podatków, Wyceny przedsiębiorstw i modelowania finansowego oraz Zarządzania kapitałem ludzkim. Specjalizuje się w wycenie przedsiębiorstw, zorganizowanych części przedsiębiorstw, praw udziałowych, znaków towarowych, patentów, know-how i innego rodzaju aktywów niematerialnych.

Wpisany na listę biegłych sądowych przy Sądzie Okręgowym w Krakowie.

Opiniujący oświadcza, że posiada doświadczenie i kwalifikacje zapewniające rzetelność wyceny.

Opiniujący oświadcza, że jako podmiot dokonujący wyceny, w tym także członkowie jego organów zarządzających i nadzorujących oraz osoby zatrudnione do wykonania czynności w zakresie wyceny, zachowuje bezstronność i niezależność.

1.5 Opis przedmiotu wyceny



Przedmiotem wyceny jest marka „M MEETLIFY”, obejmująca następujący znak towarowy:

Raport z faktycznych ustaleń – wycena marki „M MEETLIFY”



Rys. 1. Zastrzeżony znak towarowy słowno-graficzny M MEETLIFY (źródło: www.tmdn.org)

Opis marki:

Właścicielem marki „M MEETLIFY” jest MEETLIFY SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ W UPADŁOŚCI, która była do tej pory jedynym podmiotem wykorzystującym markę w prowadzonej działalności gospodarczej.

Przywołana spółka została zawiązana w 2018 roku (wpis do rejestru w styczniu 2019 r.), a jej głównym przedmiotem działalności były prace nad opracowaniem nowatorskich rozwiązań związanych z systemami informatycznymi oraz sieciami społecznościowymi wykorzystywanymi w kontaktach biznesowych. Kluczowy (flagowy) opracowywany produkt, oznaczony właśnie nazwą „MEETLIFY”, to w założeniu „**system do codziennej komunikacji B2B, który przenosi networking na nowy, wyższy poziom efektywności dzięki wyszukiwaniu wartościowych nowych kontaktów, lokalizacji w trakcie eventów oraz usuwaniu spamu i redukcji szumu, a także amplifikacji wartościowej komunikacji biznesowej**”¹.



Rys. 2. Materiały promocyjne opracowywanego systemu MEETLIFY
(źródło: www.meetlife.com via web.archive.org)

Marka „M MEETLIFY” została zgłoszona do rejestracji jako znak towarowy w marcu 2020 r. (spółka ówczesnie posługiwała się jeszcze nazwą MEETBIT SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ). W październiku 2020 r. nastąpiło udzielenie prawa, w lutym 2021 roku nastąpiła ostateczna rejestracja znaku towarowego słowno-graficznego „M MEETLIFY” (publikacja w WUP 04/2021).

W styczniu 2021 roku nastąpiła zmiana nazwy spółki na nową, opartą na wycenianej marce: MEETLIFY SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ. Od tej pory można zasadnie przyjąć, iż szeroko rozumiana marka „MEETLIFY” obejmująca w

¹ Informacje pochodzą z archiwalnej strony www.meetlify.com [dostęp via web.archive.com, snapshot z 14.06.2021 r.]

szczegółności ww. znak towarowy była wykorzystywana nie tylko w odniesieniu do opracowywanego systemu „Meetlify”, ale także jako zbiorcza marka odnosząca się do całej działalności spółki i innych jej produktów.

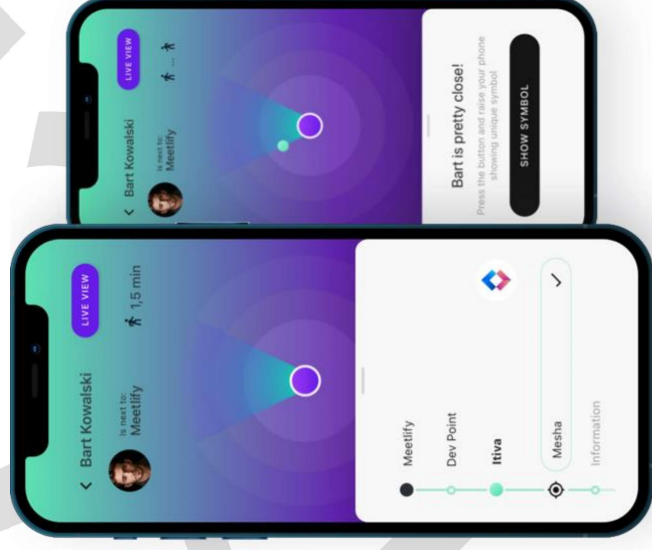
Wśród innych prowadzonych przez spółkę projektów można wymienić m.in.:

- **aplikacja mobilna MeetAR** (zaawansowana aplikacja, która wykorzystuje technologię UWB (Ultra Wideband) Proximity Detection oraz AR (Augmented Reality) Indoor Navigation do ułatwienia nawiązywania kontaktów i poruszania się podczas wydarzeń);
 - projekt B+R HybridMeshMeet;
 - projekt B+R AIMeet;
 - projekt B+R ExploreAR.

Działania projektowo-badawcze prowadzone były przez spółkę z istotnym wykorzystaniem środków unijnych.

Marka wykorzystywana była m.in. w następujących obszarach:

- strona internetowa www.meetlify.com,
- fanpage Meetlify na portalu Facebook,
- kanał na Meetlify na portalu Youtube,
- profil firmy Meetlify na portalu LinkedIn,
- stoiska i materiały promocyjne na targach i eventach,
- artykuły informacyjne i promocyjne w mediach.



Rys. 3. Materiały promocyjne opracowywanego systemu MEETLIFY
(źródło: www.meetlife.com via web.archive.org)



Rys. 4. Przykładowe stoisko spółki
(źródło: facebook.com)



Niezwykle istotne w kontekście wycenianej marki jest to, że projekty prowadzone przez spółkę z jej wykorzystaniem **nie zostały skomercjalizowane przed upadłością spółki**, co sprawia, że wszelkie analizy dotyczące jej rzeczywistego potencjału gospodarczego obarczone są dużą dozą niepewności.

Właściciel marek:



MEETLIFY SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ
W UPADŁOŚCI

ul. Aleksandra Lubomirskiego 27/1
31-509 Kraków

KRS 0000768770
REGON 382425232
NIP 6751694288

Data rejestracji: 2019-01-29
Data postanowienia o ogłoszeniu upadłości: 2024-08-30

Znak towarowy chroniony jest na bazie rejestracji w bazie Urzędu Patentowego RP. Obecny okres ochronny upływa **20 marca 2030 roku** (z możliwością przedłużenia na kolejne okresy 10-letnie).

Zarejestrowany (chroniony prawami własności przemysłowej)
zakres wykorzystania marki:

	
Klasyfikacja Nicejska:	
9	aplikacje mobilne; oprogramowanie komputerowe; oprogramowanie do przetwarzania w chmurze
35	badania rynkowe; dostarczanie informacji dotyczących kontaktów handlowych i biznesowych; handlowe informacje i porady udzielane konsumentom w wyborze towarów i usług; informacja o działalności gospodarczej; komputerowe bazy danych (pozyskiwanie danych do -); komputerowe zarządzanie plikami; marketing ukierunkowany; systematyzacja danych w komputerowych bazach danych; usługi sprzedaży oprogramowania komputerowego
41	organizowanie i prowadzenie konferencji; organizowanie i prowadzenie kongresów; organizowanie i prowadzenie seminariów; doradztwo zawodowe; przekazywanie know-how
42	aktualizowanie oprogramowania komputerowego; chmura obliczeniowa; doradztwo w zakresie oprogramowania komputerowego; oprogramowanie jako usługa [SaaS]; platforma jako usługa [PaaS]; tworzenie i publikacja oprogramowania; projektowanie oprogramowania komputerowego; projektowanie systemów komputerowych; przechowywanie danych elektronicznych; usługi podmiotów zewnętrznych w dziedzinie informatyki
45	usługi licencjonowania oprogramowania komputerowego, w tym poprzez strony internetowe

Raport z faktycznych ustaleń – wycena marki „M MEETLIFY”

Informacje ogólne



Numer zgłoszenia	Z.511689	Numer prawa wyłącznego	R.333022
Nazwa/Tytuł	M MEETLIFY	Status ⓘ	Udzielenie prawa
Data zgłoszenia	2020-03-20	Zgłaszający/Uprawniony	MEETLIFY SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ, Kraków, PL
Rodzaj znaku	słowno-graficzny	Klasy klasyfikacji nicejskiej	9, 35, 41, 42, 45

Reprezentacja

Kolory znaku

złoty; czarny

Klasyfikacja wiedeńska

26.04.18,
27.05.01,
27.05.14,
27.05.21,
27.01.16,
27.05.24,
29.01.12

Rysunek



Raport z faktycznych ustaleń – wycena marki „M MEETLIFY”

Wykaz towarów

Klasy klasyfikacji nicejskiej

9, 35, 41, 42, 45

Klasa nicejska - wykaz

9 : aplikacje mobilne; oprogramowanie komputerowe; oprogramowanie do przetwarzania w chmurze,
35 : badania rynkowe; dostarczanie informacji dotyczących kontaktów handlowych i biznesowych; handlowe informacje i porady udzielane konsumentom w wyborze towarów i usług; informacja o działalności gospodarczej; komputerowe bazy danych (pozyskiwanie danych do -); komputerowe zarządzanie plikami; marketing ukierunkowany; systematyzacja danych w komputerowych bazach danych; usługi sprzedaży oprogramowania komputerowego,
41 : organizowanie i prowadzenie konferencji; organizowanie i prowadzenie kongresów; organizowanie i prowadzenie seminariów; doradztwo zawodowe; przekazywanie know-how,
42 : aktualizowanie oprogramowania komputerowego; chmura obliczeniowa; doradztwo w zakresie oprogramowania komputerowego; oprogramowanie jako usługa [SaaS]; platforma jako usługa [PaaS]; tworzenie i publikacja oprogramowania; projektowanie oprogramowania komputerowego; projektowanie systemów komputerowych; przechowywanie danych elektronicznych; usługi podmiotów zewnętrznych w dziedzinie informatyki,
45 : usługi licencjonowania oprogramowania komputerowego, w tym poprzez strony internetowe

Publikacje

Publikacja BUP - kod publikacji

BUP

Publikacja WUP - kod publikacji

WUP

Data publikacji BUP, numer BUP, sekcja publikacji

2020-07-06, zt27/2020

Data publikacji WUP, numer WUP, sekcja publikacji

2021-02-22, 04/2021

Data publikacji BUP

2020-07-06

Data publikacji WUP

2021-02-22

Numer BUP

zt27/2020

Numer WUP

04/2021

Osoby w sprawie

Zgłaszający/Uprawniony

MEETLIFY SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ, Kraków, PL

Informacje podstawowe

Początek okresu sprzeciwowego

2020-07-06

Numer prawa wyłącznego

R.333022

Koniec okresu sprzeciwowego

2020-10-06

Status ⓘ

Udzielenie prawa

Nazwa/Tytuł

M MEETLIFY

Data ujawnienia

2020-04-14

Data zgłoszenia

2020-03-20

Data wygaśnięcia ⓘ

2030-03-20

Numer zgłoszenia

Z.511689

Kategoria prawa

Znak towarowy

Data udzielenia prawa

2020-10-21

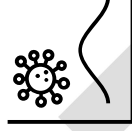
Rodzaj znaku

słowno-graficzny

Rys. 5. – Wybrane dane dotyczące zastrzeżenia znaku towarowego M MEETLIFY w UP RP
(źródło: uprp.gov.pl)

1.6 Sytuacja rynkowa makroekonomiczna na datę wyceny

W latach 2020-2022, podobnie jak w przypadku zdecydowanej większości gospodarek, także w Polsce kluczowym zjawiskiem makroekonomicznym była **epidemia** (pandemia w ujęciu WHO) **jednostki chorobowej COVID-19** wywoływanej przez koronawirusa SARS-CoV-2.



24 lutego 2022 r. miało miejsce kolejne po pandemii kluczowe dla koniunktury gospodarczej negatywne zdarzenie o charakterze makroekonomicznym: **agresja Rosji na Ukrainę**, wojna pełnoskalowa wynikająca z tej agresji trwa do chwili obecnej.



Wydarzenia te miały negatywny wpływ na kondycję gospodarki zarówno wymiarze globalnym, jak i krajowym, w związku z powyższym lata 2020-2024 (okres wykorzystywania marki przez spółkę) należy oceniać z uwzględnieniem **wyjątkowości zdarzeń** mających wpływ na koniunkturę.



Dalszy rozwój sytuacji makroekonomicznej w Polsce będzie zależał od rozwoju sytuacji wojennej na Ukrainie (w szczególności wpływu sankcji gospodarczych nałożonych na Rosję i Białoruś na dostępność i ceny mediów oraz surowców), zawirowań geopolitycznych i gospodarczych, a także dostępności i skuteczności pomocy publicznej kierowanej do przedsiębiorstw.

Z powodu przywołanych uwarunkowań, prognozowanie nie tylko sytuacji makroekonomicznej, ale przede wszystkim sytuacji w branży, w której wyceniany znak towarowy był wykorzystywany i z której, z wysokim prawdopodobieństwem, wywodzić się może hipotetyczny (potencjalny) nabywca znaku zainteresowany zawarciem transakcji, z definicji obarczone jest **istotnym ryzykiem błędu**.

Niezwykle dynamicznie zmieniająca się sytuacja może szczególnie mocno wpłynąć na ulotność i szybkość dezaktualizację przyjmowanych założeń ekonomicznych



II. UWARUNKOWANIA WYCENY

2.1 Zasady podejścia do wyceny

Przy przeprowadzaniu wyceny kierowano się przedstawionymi poniżej zasadami:

- o zasada sprawiedliwości formalnej, według której porównywalnym kryteriom muszą odpowiadać porównywalne stany faktyczne,
- o zasada ostrożnej wyceny,
- o zasada uprawdopodobnienia zdarzeń gospodarczych,
- o zasada wiarygodnego rynku,
- o zasada dokładności prowadzenia procesu wyceny.

2.2 Tło prawne wycen

- o Ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r. Prawo własności przemysłowej (Dz. U. Nr 119, poz. 1117 z późn. zm.);
- o Art. 55¹ ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz. U. Nr 16, poz. 93 z późn. zm.);
- o Ustawa z dnia 28 lutego 2003 r. Prawo upadłościowe (Dz. U. Nr 60, poz. 535 z późn. zm.);
- o Ustawa z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (tj. Dz. U. z 2002 r. Nr 76, poz. 694 z późn. zm.);
- o Ustawa z dnia 15 września 2000 r. Kodeks spółek handlowych (Dz. U. Nr 94, poz. 1037 z późn. zm.);
- o (archiwalne) Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 10 września 2009 r. w sprawie sposobu i trybu określania dochodów osób prawnych w drodze oszacowania oraz sposobu i trybu eliminowania podwójnego opodatkowania osób prawnych w przypadku korekty zysków podmiotów powiązanych (t.j. Dz.U. 2014 poz. 1186);
- o (archiwalne) Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 17 lutego 2009 r. w sprawie analizy spółki, przeprowadzanej przed zaoferowaniem do zbycia akcji należących do Skarbu Państwa (Dz. U. Nr 37, poz. 288);
- o OECD „Wytyczne w sprawie cen transferowych dla przedsiębiorstw międzynarodowych oraz administracji podatkowych. 22 lipca 2010.”, [tłum.] Kazimierz Bany, Warszawa 2012,
- o Międzynarodowe Standardy Sprawozdawczości Finansowej;
- o Międzynarodowe Standardy Rachunkowości.

2.3 Założenia ogólne wyceny

Przedmiotem wyceny jest marka rozumiana jako niematerialny, niepieniężny składnik aktywów. Nie posiada on formy fizycznej, ale jest źródłem uprawnień i korzyści ekonomicznych dla właściciela. Należy do kategorii wartości

niematerialnych i prawnych możliwych do zidentyfikowania i wyodrębnienia, zbywalnych, związanych z marketingiem².

W ujęciu prawnym, marka jest sprowadzona do pojęcia znaku towarowego, podlegającego ochronie na podstawie prawa własności przemysłowej. Znakiem towarowym może być każde oznaczenie przedstawione w sposób graficzny lub takie, które da się w sposób graficzny wyrazić, jeżeli oznaczenie takie nadaje się do odróżniania w obrocie towarów jednego przedsiębiorstwa od tego samego rodzaju towarów innych przedsiębiorstw. Znakiem towarowym może być w szczególności wyraz, rysunek, ornament, kompozycja kolorystyczna, forma przestrzenna, w tym forma towaru lub opakowania, a także melodia lub inny sygnał dźwiękowy. Pełną ochronę prawną znaku towarowego na obszarze Polski zapewnia uzyskanie prawa ochronnego w Urzędzie Patentowym RP, tj. prawa do wyłącznego używania znaku towarowego w sposób zarobkowy lub zawodowy.

- Wyceny marki można dokonywać przy zastosowaniu trzech głównych podejść – rynkowego, dochodowego i kosztowego³, zależnie od specyfiki przedmiotu wyceny, celów wyceny i dostępnych danych.
- Uzyskane przy użyciu poszczególnych metod wartości bazowe wartości znaku towarowego zostały skorygowane o dodatkowe **dyskonto z tytułu ograniczonej płynności marki**.
- Zastosowany standard wartości to **wartość rynkowa** w rozumieniu Międzynarodowych Standardów Wyceny (ed. 2011)⁴. Zgodnie z tym standardem wartość rynkowa to szacowana kwota, jaką w dniu wyceny można uzyskać za składnik mienia, zakładając, że strony mają stanowczy zamiar zawarcia umowy, są od siebie niezależne, działają z rozeznaniami i postępują rozsądnie, nie znajdując się w sytuacji przymusowej oraz upłynął odpowiedni okres ekspozycji składnika na rynku. Jest to standard zbliżony do **godziewej wartości rynkowej** (*Fair Market Value*), o której mowa w Krajowym Standardzie Specjalistycznym – Ogólnych Zasadach Wyceny Przedsiębiorstw⁵ oraz Standardzie 1 SBWPwP⁶ oraz do definicji **wartości godziewej** (*Fair Value*), o której mowa w polskiej ustawie o rachunkowości oraz w Międzynarodowych Standardach Sprawozdawczości Finansowej⁷.

² Międzynarodowe Standardy Wyceny 2011, MSW 210, Wartości niematerialne i prawne, C 1-10.

³ Międzynarodowe Standardy Wyceny 2011, MSW 210, Wartości niematerialne i prawne, C 16; ISO 10668 „Brand valuation – Requirements for monetary brand valuation”, 5.1.

⁴ Międzynarodowe Standardy Wyceny 2011, str. 34-36.

⁵ Polska Federacja Stowarzyszeń Rzeczoznawców Majątkowych „Powszechne Krajowe Zasady Wyceny. Krajowy Standard Wyceny Specjalistyczny. Ogólne Zasady Wyceny Przedsiębiorstw”, pkt 7.3.1. Standard ten został przyjęty jako rekomendowany także przez Stowarzyszenie Biegłych Wyceny Przedsiębiorstw w Polsce, z możliwością odpowiedniego stosowania jego postanowień także w odniesieniu do poszczególnych składników majątkowych przedsiębiorstw.

⁶ Stowarzyszenie Biegłych Wyceny Przedsiębiorstw w Polsce, Standard 1 – Proces przygotowywania wyceny przedsiębiorstwa, III.8.1.

⁷ Por. m.in. art. 28 ust. 6 Ustawy z dnia 29 września 1994 r. o rachunkowości (Dz. U. z 2021 r. poz. 217 z późniejszymi zmianami) oraz MIĘDZYNARODOWY STANDARD SPRAWOZDAWCZOŚCI FINANSOWEJ 13 Ustalanie wartości godziewej - załącznik do Rozporządzenia Komisji (WE) nr 1126/2008 z dnia 3 listopada 2008 r. przyjmującego określone międzynarodowe standardy rachunkowości zgodnie z rozporządzeniem (WE) nr 1606/2002 Parlamentu Europejskiego i Rady (Dz. U. UE. L. z 2008 r. Nr 320, str. 1 z późn. zm.)

- Aktualizacja wycena sporządzona została według stanu oraz poziomu cen i notowań z dnia **24 marca 2025 r.** – **data istotna** wyceny.
- Założono, że pozostały okres ekonomicznej użyteczności (*remaining useful life*, RUL) wycenianej marki jest co do zasady nieokreślony⁸, ale powinien wynosić co najmniej 8 lat (na bazie uzyskanego w ramach analizy benchmarkingowej typowego okresu „żywności” marki w branży).
- Wycena sporządzona została w warunkach **istotnej niepewności** związanej z toczącymi się działaniami wojennymi na Ukrainie. Z powyższych względów odbiorca wyceny powinien uwzględnić większe niż standardowe ryzyko przeszacowania lub niedoszacowania uzyskanego wyniku i ewentualną konieczność weryfikacji wyceny po ustaniu wyjątkowych okoliczności rynkowych.

2.4 Standardy wyceny i literatura

Dla potrzeb wyceny posiłkowo stosowano (nieobligatoryjne) krajowe, międzynarodowe i zagraniczne standardy wyceny, w szczególności:

- Standardy Stowarzyszenia Biegłych Wyceny Przedsiębiorstw w Polsce (Standard 1 – Przygotowanie wyceny przedsiębiorstwa, Standard 2 – Podejście majątkowe, Standard 3 – Podejście dochodowe, Standard 4 – Podejście porównawcze), ed. 2024⁹;
- ISO 10668 „Brand valuation – Requirements for monetary brand valuation”;
- „International Valuation Standards” – Międzynarodowego Komitetu Standardów Wyceny (IVSC) (ed. 2007, 2011, 2017, 2020, 2025);
- Polska Federacja Stowarzyszeń Rzeczoznawców Majątkowych „Powszechne Krajowe Zasady Wyceny. Krajowy Standard Wyceny Specjalistyczny. Ogólne Zasady Wyceny Przedsiębiorstw”;
- „ASA Business Valuation Standards” - AMERICAN SOCIETY OF APPRAISERS;
- „Practice Standards” - CBV INSTITUTE;
- „European Business Valuation Standards” - TEGoVA;
- Code de déontologie - L'INSTITUT CANADIEN DES EXPERTS EN ÉVALUATION D'ENTREPRISES ;

a także dostępną literaturę przedmiotu, m.in.:

- G. Urbanek, „Zarządzanie wartością i wycena marki”, Warszawa 2019;
- G. Urbanek, „Wycena aktywów niematerialnych przedsiębiorstwa”, Warszawa 2008;
- M. Pęksyk, „Wycena przedsiębiorstw: wycena aktywów – teoria i warsztat”, Warszawa 2017;
- M. Pęksyk, „Wyzwania szacowania wartości znaku firmowego w warunkach upadłości i postępowania naprawczego”, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Nr 761, Finance, Rynki Finansowe, Ubezpieczenia Nr 60, Szczecin 2013;

⁸ Por. m.in. M. Pęksyk, „Wycena przedsiębiorstw: wycena aktywów – teoria i warsztat”, Warszawa 2017, str. 18-20; G. Urbanek, „Zarządzanie wartością i wycena marki”, Warszawa 2019, str. 195.

⁹ Planowany Standard SBWPwP dotyczący wyceny aktywów niematerialnych (w tym znaków towarowych) jest obecnie na etapie prac w Komisji Standardów i Metodyki Wyceny. Zakłada on m.in. posiłkowe stosowanie Standardów 1-4 do wyceny aktywów niematerialnych z uwzględnieniem specjalnych postanowień uwarunkowanych specyfiką aktywów niematerialnych.

- A. Tokaj-Krzewska, „Wycena wartości niematerialnych i prawnych” [w:] A. Szablewski, R. Tuzimek [red.], „Wycena i zarządzanie wartością firmy”, Warszawa 2005;
- M. Stambrowska, K. Michalak, „Wycena aktywów niematerialnych dla potrzeb PPA” [w:] M. Panfil, A. Szablewski [red.], „Dylematy wyceny przedsiębiorstwa”, Warszawa 2013;
- M. Marcinkowska „Wycena zasobów niematerialnych” [w:] M. Panfil, A. Szablewski [red.], „Wycena przedsiębiorstwa. Od teorii do praktyki”, Warszawa 2011;
- A. Podrzywałow, „Metody wyceny wartości niematerialnych i prawnych” [w:] M. Jamróży [red.] „Dokumentacja podatkowa cen transferowych”, Gdańsk 2017;
- B. Dobiegała-Korona, T. Doligalski [red.], „Zarządzanie wartością klienta. Pomiar i strategię”, Warszawa 2010;
- B. Dobiegała-Korona, „Wycena klienta” [w:] M. Panfil, A. Szablewski [red.], „Wycena przedsiębiorstwa. Od teorii do praktyki”, Warszawa 2011;
- M. Grudziński, „Wprowadzenie do wyceny wartości niematerialnych i prawnych. Podejście dochodowe”, (materiały szkoleniowe), 2021;
- A. Podrzywałow, „Wycena technologii”, (materiały szkoleniowe), Kraków 2013;
- M. Panfil, „Wycena technologii”, (materiały szkoleniowe), 2021;
- M. Jedynak, „Wycena i zarządzanie wartością klienta”, (materiały szkoleniowe), 2022.

2.4 Informacje dodatkowe

Obliczenia wykonano w programie Microsoft Excel bez stosowania formuły zaokrąglania.

Uwaga: dla potrzeb prezentacji wyników użyto niekiedy form zaokrąglonych liczb, których rzeczywista wartość obliczeniowa pozostała niezaokrąglona.

Np. dla potrzeb obliczeń uzyskany wynik $1/3$ nie jest zaokrąglany, podczas gdy w Raporcie byłby przedstawiony jako $0,33$. Pomnożenie rzeczywistego wyniku $\times 12$ daje wynik 4 , podczas gdy pomnożenie $0,33 \times 12$ daje wynik $3,96$.

III. WYCENA PODEJŚCIEM DOCHODOWYM - METODĄ ZWOLNIENIA Z OPŁAT LICENCYJNYCH

3.1 Przedmiot wyceny

Przedmiotem wyceny był składnik niematerialny przedsiębiorstwa w postaci marki „M MEETLIFY”. Zgodnie ze standardami wyceny tego typu aktywów wycena poprzedzona została ogólną analizą w zakresie spełnienia przez markę kryteriów przypisywania wartości.

Na podstawie analizy stwierdzono, że znak towarowy wchodzący w skład przywołanej marki jest znakiem przynależnymi podmiotowi, prawnie chronionym, zastrzeżonym, odróżniającym się od innych znaków w obrocie gospodarczym, dającym się wyrazić w formie graficznej (słownej, słowno-graficznej) i zorientowanym rynkowo na generowanie korzyści ekonomicznych (test na istnienie wartości), w związku z czym możliwe jest szacowanie jego wartości dla zainteresowanych podmiotów za pomocą wielkości finansowych.

3.2 Opis zastosowanej metody

Metoda zwolnienia z opłat licencyjnych (ang. *Royalty Relief Method*), zwana także metodą opłat licencyjnych jest jedną z najbardziej popularnych na świecie i powszechnie akceptowaną metodą wyceny marki. Podstawowym założeniem w tej metodzie pozostaje przekonanie, że przedsiębiorstwo, które posiada własną markę jest tym samym zwolnione z konieczności ponoszenia opłat w porównaniu do analogicznego przedsiębiorstwa, które aby osiągnąć za pomocą marki podobne wyniki finansowe zmuszone byłoby uiszczać opłaty licencyjne z tytułu korzystania z cudzej marki. Inaczej to ujmując – wartością marki jest różnica pomiędzy wartością firmy, która posiada własną markę i wartością firmy, która zmuszona jest posługiwać się marką cudzą uiszczając z tego tytułu opłaty licencyjne.

Zsumowana wartość hipotetycznych, przyszłych opłat licencyjnych, liczonych procentowo od przychodów realizowanych dzięki marce i dyskontowanych (po odjęciu hipotetycznego podatku) celem uwzględnienia wartości na dzień obecny stanowi wartość marki.



Rys. 6. Schemat obliczania metody royalty relief (źródło: brandirectory.com)

Model zbudowany w ten sposób, jak każda dochodowa metoda wyceny, pozostaje w istotnym stopniu zależny od jakości przyjętych danych źródłowych, w szczególności prognoz finansowych.

Czynnik ryzyka zdarzeń gospodarczych ujęty jest w tej metodzie w ramach dyskonta.

3.3 Założenia wyceny

Wycena przedmiotowych marek bazuje na materiałach prognostycznych opartych na historycznych i rzeczywiste osiągniętych przychodach właściciela marki, w tym zakresie działalność, w jakim prowadził ją z wykorzystaniem przedmiotowej marki, z uwzględnieniem ostrożnych perspektyw rozwoju działalności z użyciem wycenianych znaków na przyszłość.

Kluczowym uwarunkowaniem tego typu analizy jest fakt, iż spółka nie zdążyła skomercjalizować opracowanych pod marką „M MEETLIFY” aplikacji przed odłożeniem upadłości. Z powyższych względów wielkość rzeczywiste generowanych przy wykorzystaniu marki przychodów ze sprzedaży była de facto śladowa¹⁰.

Jako bazowy, pierwszy rok prognozy przyjęto ostrożnie prognozowany przychód netto za pierwszy pełny rok według formuły TTM (*trailing twelve months*) w wysokości ok. **1,1 tys. zł**. Jest to wartość przyjęta na bazie metodologii średniej rocznej z lat obrotowych 2019-2022, kiedy spółka prowadziła normalną działalność.

Bazową kwotę rocznych przychodów w prognozie uzupełniano stopą wzrostu na poziomie **40,3%** w kolejnych latach szczegółowej prognozy. Stopa ta ustalona została na podstawie analizy trendu rozwoju przychodów spółki, co wydaje się być możliwe ze względu na zakładane rozpoczęcie wykorzystania komercyjnego marki przez jej hipotetycznego nabywcę.

Horyzont prognozy to pięć pełnych kolejnych lat (Y1-Y5 – okres prognozy szczegółowej) oraz następujący po nim okres wartości rezydualnej (kontynuacji), co oznacza przyjęcie założenia nieoznaczonego czasu używania marki.

Stopę wzrostu dla potrzeb wartości końcowej, stosownie do wielkości wynikających z prognoz finansowych, przyjęto na bezpiecznym, ostrożnym poziomie **2,5%**, zbliżonym do prognozowanej inflacji w perspektywie długoterminowej (cel inflacyjny NBP).

Jako stopę dyskonta przyjęto **koszt kapitału własnego**. Formuła kalkulacji kosztu kapitału własnego została oparta na modelu CAPM (*Capital Assets Pricing Model*) z zastosowaniem dodatkowego wskaźnika bety marki zgodnie z metodologią zaproponowaną przez G. Urbana¹¹.

¹⁰ Istotna z perspektywy wyceny pozostaje tutaj wielkość przychodów ze sprzedaży netto, a nie wielkość przychodów zrównanych z nimi, takich jak zmiana stanu produktów – ta ostatnia nie wiązała się z rzeczywistym obrotem towarami i usługami z wykorzystaniem marki.

¹¹ G. Urbanek, „Wycena aktywów niematerialnych przedsiębiorstwa”, Warszawa 2008, str. 168.

$$k = rf + (\beta_s * MP) * \beta_m$$

gdzie:

- **rf** stopa zwrotu na lokatach wolnych od ryzyka obliczona w oparciu o rentowność obligacji Skarbu Państwa - przyjęto **5,89%** na podstawie obliczeń „risk free rate” na koniec grudnia 2024 r. – najnowsze dostępne dane na dzień wyceny (źródło: market-risk-premia.com¹²);
- **MP** stała premia za ryzyko związane z inwestowaniem w aktywa obarczone ryzykiem na rynku polskim; w niniejszej wycenie przyjęto ją na podstawie najnowszych dostępnych obliczeń „implied market risk premium” na koniec grudnia 2024 r. (źródło: market-risk-premia.com¹³) na poziomie **6,28%**;
- **β** współczynnik beta jest miarą ryzyka systematycznego związanego z inwestycją w dany rodzaj aktywów.
 - jako betę firmy (β_s) przyjęto współczynnik równy **1,06** stosownie do obliczeń A. Damodarana na 5 stycznia 2025 r. dla branży Software (System & Application) (rynek europejski)¹⁴,
 - betę marki obliczono według wzoru zaproponowanego przez G. Urbanka ($\beta_m = S_s / S_m$), gdzie S_s to średni poziom siły marek w branży, a S_m to siła badanej marki, uzyskując wartość **0,78**.

Siłę badanej marki przyjęto na podstawie ankiety szczegółowej dotyczącej różnych aspektów funkcjonowania marki wypełnionej przez interesariuszy marki.

W wyniku przyjęcia tych założeń oszacowany koszt kapitału własnego dla potrzeb wyceny metodą zwolnienia z opłat licencyjnych wynosi **11,10%**.

Tab. 1. Obliczenie stopy dyskontowej CAPM (oprac. własne)

Stopa dyskontowa	
stopa wolna od ryzyka	5,89%
beta marki	0,78
ryzyko systematyczne	6,28%
beta firmy	1,06
stopa dyskontowa CAPM	11,10%

Wysokość opłaty licencyjnej w ramach **royalty relief** przyjęto na poziomie **2,8%** wartości prognozowanych przyływów ze sprzedaży przypisywanych marce.

Stawka ta przyjęta została na podstawie analizy rzeczywistie stosowanych stawek opłaty licencyjnej za korzystanie ze znaków towarowych w podobnej branży przeprowadzonej przy użyciu płatnej bazy danych MARKABLES.

Zgodnie z wynikami analizy, stawki rynkowej opłaty licencyjnej zbliżonych branż mieszczą się w przedziale międzykwartylowym **od 1,4% do 3,6% przychodu netto** wygenerowanego z użyciem danej marki (w przypadku operowania na danych średnich). Mediana stawki opłaty licencyjnej wynosi natomiast 2,6%; 2,8% lub 2,9%,

¹² [dostęp 25 października 2022 r.]

¹³ [dostęp 25 października 2022 r.]

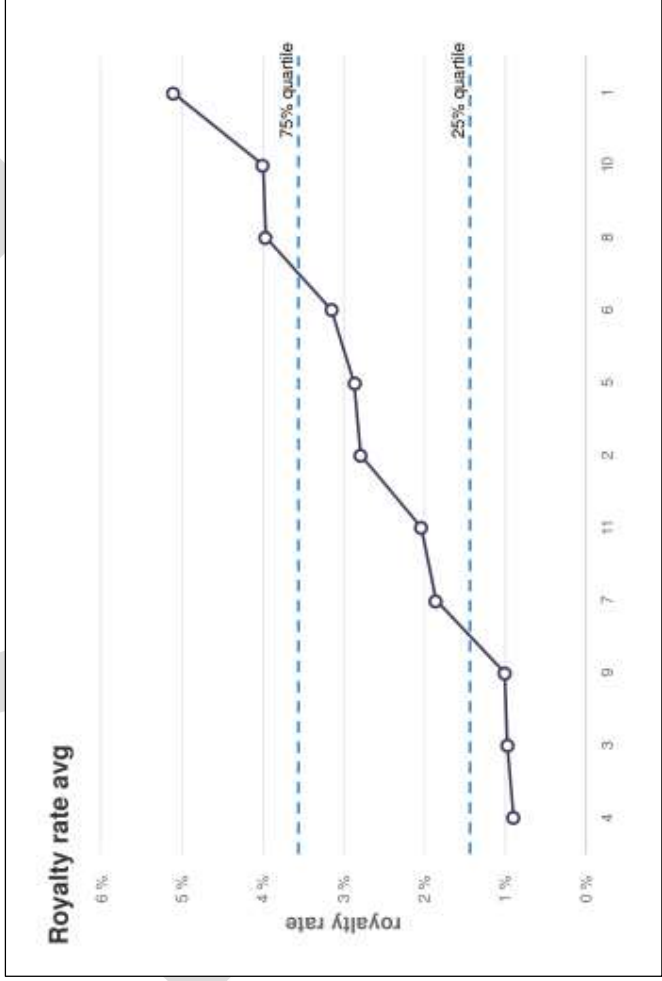
¹⁴ pages.stern.nyu.edu/~adamodar/ [dostęp 25 października 2022 r.]

zależnie od sposobu liczenia (odpowiednio royalty rate low, royalty rate average, royalty rate high).

Zdaniem Opiniującego za odpowiedni miarodajną i jednocześnie wystarczająco ostrożną należy uznać medianę dla wartości średnich (avg), czyli **2,8% przychodu netto**.

	Royalty rate			Brand /	Good...
	rate avg	rate low	rate high	EV	/ EV
Mean	11.5 %	2.6 %	2.8 %	2.9 %	63.4 %
Standard deviation	10.8 %	1.4 %	1.5 %	2.3 %	11.4 %
Min Value	0.8 %	0.9 %	1.0 %	0.3 %	50.2 %
25th percentile	5.3 %	1.4 %	1.5 %	0.9 %	53.5 %
Median	7.2 %	2.8 %	2.9 %	3.0 %	62.2 %
75th percentile	13.0 %	3.6 %	3.8 %	4.9 %	70.3 %
Max Value	36.4 %	5.1 %	5.3 %	6.4 %	82.4 %

Rys. 7. Wyniki analizy porównawczej stawek opłat licencyjnych (źródło: oprac. własne na podstawie bazy danych MARKABLES)



Rys. 8. Prezentacja graficzna stawek opłat licencyjnych (średnich – average) (źródło: oprac. własne na podstawie bazy danych MARKABLES)

Hipotetyczny podatek dochodowy obliczono według stawki **19%**.

Dyskonto z tytułu ograniczonej płynności marki przyjęto na poziomie **37,8%**.

Wynika ono z następujących okoliczności:

- rynek obrotu aktywami niematerialnymi w Polsce jest stosunkowo słabo rozwinięty, w związku z czym sprzedaż marki byłaby trudniejsza od sprzedaży tego typu praw własności przemysłowej na rynkach zachodnich, w szczególności prawdopodobnie wymagałaby dłuższego okresu ekspozycji na rynku, podczas gdy w analizowanym przypadku (postępowanie upadłościowe), znak towarowy zbywany będzie w procedurze wymuszonej sprzedaży;

- wycenie podlega znak towarowy opracowany i wykorzystywany przez przedsiębiorstwo, które stało się niewypłacalne i ogłoszono względem niego upadłość – w praktyce gospodarce często tego typu „skojarzenie z bankructwem” danej marki może w sposób znaczący obniżyć jej renomę, a w konsekwencji także wartość rynkową. Spadek wartości z tego tytułu zwykle jest tym większy, im dłuższy czas upłynie od momentu ogłoszenia upadłości, do momentu upłynienia marki, przy czym w praktyce przyjmuje się, że w odniesieniu do aktywów niematerialnych mogą one tracić od 2 do 5% wartości miesięcznie¹⁵.

Z powyższych względów założono:

- dyskonto z tytułu wymuszonej sprzedaży aktywów niematerialnych w ramach postępowania upadłościowego na poziomie 25%;
 - dyskonto z tytułu postępującej utraty renomy znaku w związku ze skojarzeniem z upadłością w wysokości średnio 2% miesięcznie, co na dzień wyceny skutkuje dyskontem na poziomie 12,8%;
- co łącznie daje 37,8% dyskonta z tytułu ograniczonej płynności marki na dzień wyceny.

¹⁵ M. Pęksyk, „Wyzwania szacowania wartości znaku firmowego w warunkach upadłości i postępowania naprawczego”, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego Nr 761, FRFU Nr 60, str. 661.

3.4 Obliczenie wartości marki

Tab. II. Obliczenie wartości zwolnienia z opłat licencyjnych

Royalty Relief Method							
[PLN]	Y0	Y1F	Y2F	Y3F	Y4F	Y5F	Y5+
Przychody ze sprzedaży (przypisane)	1 103	1 548	2 172	3 048	4 277	6 001	
Zwolnienie z opłaty licencyjnej	2,8%	2,8%	2,8%	2,8%	2,8%	2,8%	
Wartość zwolnienia	31	43	61	85	120	168	
CIT	6	8	12	16	23	32	
Zwolnienie po opodatkowaniu	25	35	49	69	97	136	
Współczynnik dyskontowy		1,000	0,900	0,810	0,729	0,656	0,591
Zdyskontowane zwolnienie		35	44	56	71	89	
Skumulowane zdyskontowane zwolnienie		35	79	135	206	296	
Wartość końcowa TV							958
NPV							1 254
Dyskonto z tytułu ograniczonej płynności marki		37,8%	Wartość implikowana marki z dyskontem				779,49 zł

Tab. III. Analiza wrażliwości wyniku

Analiza wrażliwości		Wynik wyceny	
Stopa dyskontowa	10,0%		906,24 zł
	10,5%		844,18 zł
	11,1%		779,49 zł
	11,5%		741,23 zł
	12,0%		698,10 zł

Zgodnie z przedstawioną w opisie metody metodologią, uzyskano następującą wartość marki (znaku towarowego „M MEETLIFY”) podejściem dochodowym, metodą zwolnienia z opłat licencyjnych:

$$W_{RR} = 779,49 \text{ zł}$$

IV. WYCENA PODEJŚCIEM KOSZTOWYM - METODĄ ODTWORZENIOWĄ

4.1 Opis zastosowanej metody

Podjęcie kosztowe jest jednym z trzech ogólnie akceptowalnych podejść stosowanych do wyznaczania wartości godziwej aktywów¹⁶. Znajduje ono zastosowanie szczególnie w przypadkach, gdy brak jest wiarygodnych danych rynkowych na temat ostatnich transakcji dotyczących podobnych aktywów, których można byłoby użyć w ramach podejścia porównawczego, a jednocześnie aktywa te bezpośrednio nie generują przepływów pieniężnych.

Głównym założeniem podejścia kosztowego jest oparcie się a koszty odtworzenia/zastąpienia poszczególnych składników (*reproduction /replacement cost new - RCN*), z uwzględnieniem korekt wynikających takich elementów jak ich zużycie fizyczne czy potencjalna dezaktualizacja (*RCN less depreciation - RCNLD*).

Zastosowana metoda odtworzeniowa opiera się na pomiarze całkowitego kosztu zbudowania dokładnego duplikatu przedmiotu wyceny w cenach bieżących (koszt odtworzenia nowego). W ramach metody uwzględnia się zarówno koszty bezpośrednie, jak i niezbędne koszty pośrednie, a także w razie potrzeby koryguje o spadek wartości spowodowany zużyciem fizycznym, funkcjonalnym i ekonomicznym.

5.2 Obliczenie wartości marki

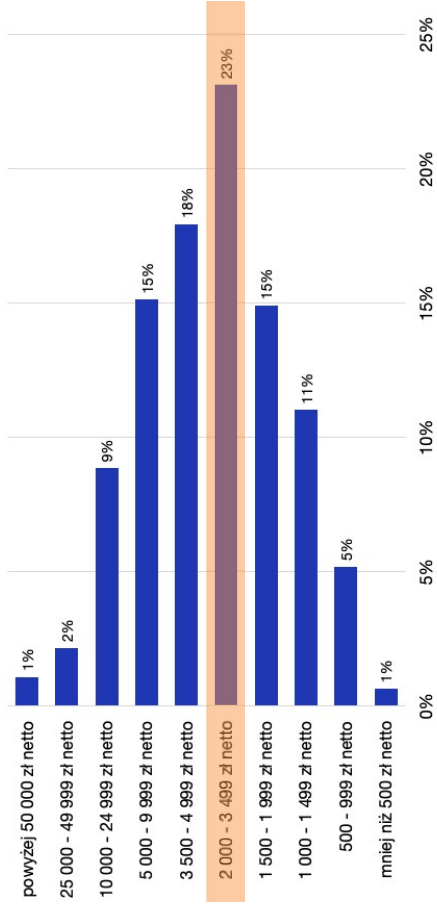
Analizę kosztów potencjalnego odtworzenia znaku towarowego do postaci, w jakiej znajduje się na moment wyceny w pierwszej kolejności zakładała weryfikację rynkowych stawek w zakresie trzech głównych grup kosztów związanych z opracowaniem znaku towarowego:

- koszty opracowania graficznego logo,
- koszty administracyjnych opłat rejestracyjnych związanych z uzyskaniem ochrony jako znaku towarowego,
- koszty doradcze przy procesie rejestracyjnym.

W zakresie kosztów opracowania graficznego dokonano analizy stawek rynkowych m.in. w oparciu o bezpośrednie oferty i cenniki internetowe, oferty na portalach pośredniczących (np. fajnelogo.pl), konkursy ofert oraz dostępne opracowania rynkowe.

¹⁶ M. Pęksyk, „Wycena przedsiębiorstw: wycena aktywów – teoria i warsztat”, skrypt CE KIBR, Warszawa 2017, str. 15

Ile kosztuje logo i identyfikacja wizualna?



Na podstawie ankiety przeprowadzonej w 2024 roku

Rys. 9. Przykładowa analiza rynkowych stawek za opracowanie logo i identyfikacji wizualnej opracowywana corocznie przez magazyn GRAFMAG na podstawie ankiet przy założeniu, że punktem odniesienia są klienci ze średnich firm działający na polskim rynku poza Warszawą, grudzień 2024 r. (źródło: grafmag.pl)

Analogicznie dokonano analizy rynkowych stawek usług doradczych przy rejestracji znaku towarowego, zakładając, że co do zasady będą to usługi rzeczownika patentowego, względnie innego podmiotu specjalizującego się w tego typu doradztwie.

Koszt opłat rejestracyjnych opracowany na podstawie oficjalnych stawek Urzędu Patentowego (koszt zgłoszenia za pierwszą i kolejne klasy ochrony, opłata za 10-letni okres ochronny oraz za publikację).

Na potrzeby wyceny przyjęto w konsekwencji następujące wydatki niezbędne do poniesienia na odtworzenie marki:

Tab. IV. Koszty odtworzenia

Ryczałt - opracowanie graficzne	2 900
Opłaty rejestracyjne	2 570
Koszty doradcze (rzecznik patentowy)	1 500
	6 970

Założono, na bazie przeprowadzonej analizy rynkowej okresu „żywnotności” marek w przedmiotowej branży, że zużycie funkcjonalne wycenianego znaku towarowego w związku z wykorzystywaniem go od października 2020 r. wynosi **36,6%**. W efekcie wartość odtworzeniowa marki (koszty jej odtworzenia pomniejszone o zużycie/dezaktualizację) wynoszą **4.415,92 zł** na dzień wyceny przed zastosowaniem dyskonta.

Dyskonto z tytułu ograniczonej płynności marki przyjęto na analogicznym do podejścia dochodowego poziomie 37,8%, kierując się tymi samymi przesłankami (por. rozdz. 3.3).

Zgodnie z przedstawioną w opisie metody metodologią, uzyskano następującą wartość pojedynczej marki metodą odtworzeniową:

$W_{\text{od}} = 2.745,24 \text{ zł}$

V. PODSUMOWANIE WYNIKÓW WYCENY

5.1 Zestawienie wyników wyceny

Tab. V. Zestawienie wyników uzyskanych przy użyciu zastosowanych metod (oprac. własne)

Podjęcie	Metoda	Wartość implikowana pojedynczego znaku towarowego
dochodowe	zwolnienie z opłat licencyjnych	779,49 zł
kosztowe	odtworzeniowa	2 745,24 zł

5.2 Podsumowanie wyników wyceny i rekomendacja wyniku

W wyniku zastosowania omówionych wcześniej metod otrzymano przedział wyników od **779,49 zł do 2.745,24 zł za wyceniany znak**.

Tak też należy rozpatrywać ogólne pole wartości każdego z wycenianych znaków towarowych.

Ze względu na rozpiętość wyników, Opiniujący rekomenduje jako bardziej adekwatną wartość uzyskaną metodą odtworzeniową, która daje wynik na poziomie **2.745,24 zł**.

Jest to uzasadnione tym, że podjęcie dochodowe jest co do zasady przeznaczone dla tych aktywów niematerialnych, które związane są z generowaniem dla właściciela strumienia korzyści ekonomicznych. W przedmiotowym przypadku, jakkolwiek wyceniany znak towarowy był wykorzystywany w działalności gospodarczej Upadłego i istnieje możliwość przypisania go do historycznego strumienia przychodów, to wielkości realizowanych przychodów były niewielkie ze względu na brak przejścia do fazy rzeczywiście i pełnej komercjalizacji prowadzonych przez Upadłego projektów.

Innymi słowy, działalność prowadzona przez Upadłego z wykorzystaniem znaku towarowego, jakkolwiek docelowo miała być nakierowana na generowanie zysków, to w okresie wykorzystania znaku nie przeszła jeszcze do fazy zaawansowanej sprzedaży, w związku z czym:

- historyczne dane dotyczące obrotów z użyciem znaku nie są w pełni reprezentatywne dla potencjału znaku towarowego do generowania korzyści ekonomicznych;

- nie było innych wiarygodnych danych umożliwiających rzetelne zaprognostowanie takiego potencjału w przyszłości.

Z powyższych względów podejście dochodowe jest mniej adekwatne do specyficznych uwarunkowań wycenianego znaku towarowego.

Metoda odtworzeniowa jest w swoich kluczowych założeniach niezależna od tych uwarunkowań, ponieważ koncentruje się na aspektach kosztowo-majątkowych. To, co zwykle przyjmuje się za wadę podejścia kosztowego, czyli oderwanie od kwestii przychodowych (komercjalizacji znaku towarowego), w tym konkretnym przypadku jest argumentem przemawiającym za uznaniem tej metody za bardziej adekwatną.

Na marginesie można wskazać, że według wszelkiego prawdopodobieństwa właściwe będzie połączenie ewentualnej sprzedaży wycenianej marki ze sprzedażą praw do oprogramowania wytworzonego przez Upadłego, ponieważ są one ze sobą powiązane funkcjonalnie i w tym układzie pozwolą potencjalnemu nabywcy na uzyskanie większej wartości inwestycyjnej.

Tym samym rekomendowana na dzień wyceny wartość:

- marki (znaku towarowego) „M MEETLIFY” dla celów sprzedaży w postępowaniu upadłościowym wynosi 2.745,24 zł (dwa tysiące siedemset czterdzieści pięć złotych dwadzieścia cztery grosze).

Data sporządzenia raportu:

Kraków, dnia 28 marca 2025 r.



Dokument
podpisany przez
Marek Jan
Legutko
Data: 2025.03.28
13:04:29 CET

Uwagi dodatkowe:

Ustalona w powyższy sposób wartość marki może być osiągnięta wyłącznie w warunkach rynkowego popytu na tego typu aktywa. W przypadku braku lub ograniczonego popytu na rynku, osiągnięcie tej ceny może się okazać istotnie utrudnione.

Doradca oświadcza, że jako podmiot dokonujący wyceny, w tym także członkowie jego organów zarządzających i nadzorujących oraz osoby zatrudnione do wykonania czynności w zakresie wyceny, zachowuje bezstronność i niezależność.

Zlecenie wyceny nie było uzależnione od przygotowania lub przedstawienia wniosków oraz konkluzji ze z góry zakładanymi rezultatami. Wynagrodzenie podmiotu wyceniającego nie było uzależnione od z góry zakładanych wartości, wartości przedmiotu wyceny, uzyskania z góry zakładanego rezultatu, przyszłych wydarzeń związanych z celem wyceny oraz konkluzji korzystnej dla Klienta zamawiającego wycenę.

Wycenę przeprowadzono w warunkach istotnej niepewności w związku z wojną między Rosją a Ukrainą.

Załącznik nr 1 – Ogłoszenie w KRZ 20240830/00332 z 2024-08-30



Obwieszczenie postanowienia o ogłoszeniu upadłości

METRYKA OBWIESZCZENIA

Numer obwieszczenia	20240830/00332
Sygnatura postępowania	KR15/GU/1482/2023
Data obwieszczenia	30.08.2024
Sąd	Sąd Rejonowy dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie
Wydział	VIII Wydział Gospodarczy dla spraw upadłościowych i restrukturyzacyjnych

PODMIOT

Nazwa	MEETLIFY SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ
Forma prawna	Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością
Siedziba	Kraków, Polska / POLAND
KRS	0000768770
NIP	6751694288

TREŚĆ OBWIESZCZENIA

Sąd Rejonowy dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie, VIII Wydział Gospodarczy dla spraw upadłościowych i restrukturyzacyjnych, ul. Przy Rondzie 7, 31-547 Kraków, obwieszcza, że postanowieniem z dnia 30 sierpnia 2024 roku wydanym w sprawie o ogłoszenie upadłości dłużnika, którym jest MEETLIFY Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, KRS 0000768770, prowadzonej pod sygn. akt KR15/GU/1482/2023, postanowił:

- ogłosić upadłość dłużnika, którym jest MEETLIFY Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, KRS 0000768770, siedziba: Kraków, adres UL. Aleksandra Lubomirskiego 27/1 27/1, 31-509 Kraków, NIP 6751694288;
- wzwać wierzycieli upadłego do zgłoszenia wierzytelności syndykowi za pośrednictwem systemu teleinformatycznego obsługującego postępowanie sądowe, w terminie trzydziestu dni od dnia obwieszczenia postanowienia o ogłoszeniu upadłości w Rejestrze; dla wierzycieli, o których mowa w art. 216aa ust. 1 ustawy z dnia 28 lutego 2003 r. Prawo upadłościowe, wskazać adres do zgłoszenia wierzytelności syndykowi: ul. Kalwaryjska 67/5, 30-504 Kraków;
- wzwać osoby, którym przysługują prawa oraz prawa i roszczenia osobiste ciężące na nieruchomości należącej do upadłego, jeżeli nie zostały ujawnione przez wpis w księdze wieczystej, do ich zgłaszania syndykowi za pośrednictwem systemu teleinformatycznego obsługującego postępowanie sądowe w terminie trzydziestu dni od dnia obwieszczenia postanowienia o ogłoszeniu upadłości w Rejestrze pod rygorem utraty prawa powoływania się na nie w postępowaniu upadłościowym; dla wierzycieli, o których mowa w art. 216aa ust. 1 ustawy z dnia 28 lutego 2003 r. Prawo upadłościowe, wskazać adres do zgłoszenia praw oraz praw osobistych i roszczeń ciężących na nieruchomości syndykowi: ul. Kalwaryjska 67/5, 30-504 Kraków;
- stwierdzić, że funkcję sędziego komisarza będzie pełnił sędzia;
- stwierdzić, że funkcję zastępcy sędziego komisarza będzie pełnił sędzia;
- wyznaczyć syndyka, którego funkcję będzie pełnił: KDR DORADZTWO I RESTRUKTURYZACJE Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością (KRS 0001050571);
- wskazać, że podstawą jurysdykcji sądów polskich jest art. 3 ust.1 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2015/848 z dnia 20 maja 2015 r. w sprawie postępowania upadłościowego (Dz. U. UE. L. z 2015 r. Nr 141, str. 19 z późn. zm.), a postępowanie ma charakter główny..

Sygnatura akt w korespondencji dla syndyka: **KR15/GUp/102/2024.**

Poucza się, że wierzycielowi przysługuje zażalenie na postanowienie o ogłoszeniu upadłości wyłącznie w części dotyczącej jurysdykcji sądów polskich. Zażalenie wnosi się w następujący sposób: wierzyciel może w terminie tygodnia od dnia obwieszczenia postanowienia o ogłoszeniu upadłości wnieść zażalenie wyłącznie w części dotyczącej jurysdykcji sądów polskich. Dla wierzyciela, którego siedziba lub miejsce zwykłego pobytu w dniu otwarcia postępowania znajdowały się za granicą termin do wniesienia zażalenia wynosi trzydzieści dni od dnia obwieszczenia postanowienia o ogłoszeniu upadłości. Zażalenie podlega opłacie w wysokości 200,00 zł. Sąd odrzuci zażalenie jeżeli będzie ono spóźnione, nieopłacone lub dotknięte brakami, które nie zostaną usunięte mimo wezwania. Zażalenie należy skierować do Sądu Okręgowego w Krakowie, XII Wydział Gospodarczy Odwoławczy za pośrednictwem Sądu Rejonowego dla Krakowa-Śródmieścia w Krakowie, VIII Wydział Gospodarczy dla spraw upadłościowych i restrukturyzacyjnych.

Załącznik nr 2 – Dane znaku towarowego pobrane z Urzędu Patentowego



Szczegóły PWP

Z.511689 / R.333022



INFORMACJE OGÓLNE

Numer zgłoszenia	Z.511689
Nazwa/Tytuł	M MEETLIFY
Data zgłoszenia	2020-03-20
Rodzaj znaku	słowno-graficzny
Numer prawa wyłącznego	R.333022
Status	Udzielenie prawa
Zgłaszający/Uprawniony	MEETLIFY SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ, Kraków, PL
Klasy klasyfikacji nicejskiej	9 35 41 42 45

LINIA CZASU

Data zgłoszenia	2020-03-20
Data ujawnienia	2020-04-14
Początek okresu sprzeciwowego Data publikacji BUP	2020-07-06
Koniec okresu sprzeciwowego	2020-10-06
Data udzielenia prawa	2020-10-21
Data publikacji WUP	2021-02-22
Data wygaśnięcia	2030-03-20

REPREZENTACJA

Kolory znaku	złoty; czarny
Opis	
Klasyfikacja wiedenska	26.04.18 27.05.01 27.05.14 27.05.21 27.01.16 27.05.24 29.01.12
Rysunek	PL500000000511689-20200324131019
Reprezentacja znaku - plik wideo	
Reprezentacja znaku - plik audio	

OSOBY W SPRAWIE

Zgłaszający/Uprawniony	MEETLIFY SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ, Kraków, PL
Pełnomocnik	
Zgłaszającego/Uprawnionego, Typ	
Pełnomocnictwa	
Wnoszący sprzeciw	

INFORMACJE PODSTAWOWE

Początek okresu sprzeciwowego	2020-07-06
Koniec okresu sprzeciwowego	2020-10-06
Nazwa/Tytuł	M MEETLIFY
Data zgłoszenia	2020-03-20
Numer zgłoszenia	Z.511689
Data udzielenia prawa	2020-10-21
Numer prawa wyłącznego	R.333022
Status	Udzielenie prawa
Data ujawnienia	2020-04-14
Data wygaśnięcia	2030-03-20
Opis patentowy/ochronny	
Kategoria prawa	Znak towarowy
Rodzaj znaku	słowno-graficzny

WYKAZ TOWARÓW

Klasy klasyfikacji nicejskiej

9 35 41 42 45

Klasa nicejska - wykaz

9 : aplikacje mobilne; oprogramowanie komputerowe; oprogramowanie do przetwarzania w chmurze 35 : badania rynkowe; dostarczanie informacji dotyczących kontaktów handlowych i biznesowych; handlowe informacje i porady udzielane konsumentom w wyborze towarów i usług; informacja o działalności gospodarczej; komputerowe bazy danych (pozyskiwanie danych do -); komputerowe zarządzanie plikami; marketing ukierunkowany; systematyzacja danych w komputerowych bazach danych; usługi sprzedaży oprogramowania komputerowego 41 : organizowanie i prowadzenie konferencji; organizowanie i prowadzenie kongresów; organizowanie i prowadzenie seminariów; doradztwo zawodowe; przekazywanie know-how 42 : aktualizowanie oprogramowania komputerowego; chmura obliczeniowa; doradztwo w zakresie oprogramowania komputerowego; oprogramowanie jako usługa [SaaS]; platforma jako usługa [PaaS]; tworzenie i publikacja oprogramowania; projektowanie oprogramowania komputerowego; projektowanie systemów komputerowych; przechowywanie danych elektronicznych; usługi podmiotów zewnętrznych w dziedzinie informatyki 45 : usługi licencjonowania oprogramowania komputerowego, w tym poprzez strony internetowe

INFORMACJE DODATKOWE

Uwagi

Nr rejestracji międzynarodowej (bazującej na zgłoszeniu krajowym)

Wystawy - data wystawy

Wystawy - kraj wystawy

Wystawy - nazwa wystawy

Prawa rzeczowe opis

PIERWSZEŃSTWO

Pierwszeństwo konwencyjne - data, numer, kraj

Pierwszeństwo - data pierwszeństwa

Pierwszeństwo z wystawy - data, nazwa, kraj

Pierwszeństwo - towary / usługi z pierwszeństwem częściowym

Pierwszeństwo - pierwszeństwo do części towarów lub usług

PUBLIKACJE

Publikacja BUP - kod publikacji	BUP
Data publikacji BUP, numer BUP, sekcja publikacji	2020-07-06, z127/2020
Data publikacji BUP	2020-07-06
Numer BUP	z127/2020
Publikacja WUP - kod publikacji	WUP
Data publikacji WUP, numer WUP, sekcja publikacji	2021-02-22, 04/2021
Data publikacji WUP	2021-02-22
Numer WUP	04/2021

SPRZECIWI

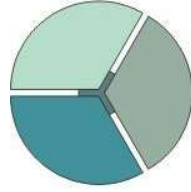
Wnoszący sprzeciw
Data wniesienia, data publikacji, status sprzeciwu
Numery klas objętych sprzeciwem (klasyfikacja nicejska)

ZASTRZEŻENIA

Znak z konwersji znaku
Znak z transformacji znaku
Starszeństwo (nr EUTM)

LINKI DO WYSZUKIWAREK

Tmview	https://www.tmdn.org/tmview/#/tmview/results? page=1&pageSize=30&criteria=W&applicationNumber=Z.511689&offices=PL
eRejestr	https://eprofil.pue.uprp.gov.pl/public/registry/view/R.333022



B C L

VALUE SUPPORT SOLUTIONS

Kontakt w sprawie wyceny:

BCL Sp. z o.o. z siedzibą w Krakowie
ul. Rakowicka 61 lok. 2
31-521 Kraków

Marek Legutko
Prezes Zarządu
mlegutko@bcl.pl
691-862-888

Lech Ciembronowicz
Wiceprezes Zarządu
lciembronowicz@bcl.com.pl
502-366-777