



ARTIFEX MUNDI

# Prezentacja inwestorska

Warszawa, 20.09.2018 r.



# Wstęp

Gry HOPA

Gry Premium

Gry Free-to-Play

Wyniki finansowe

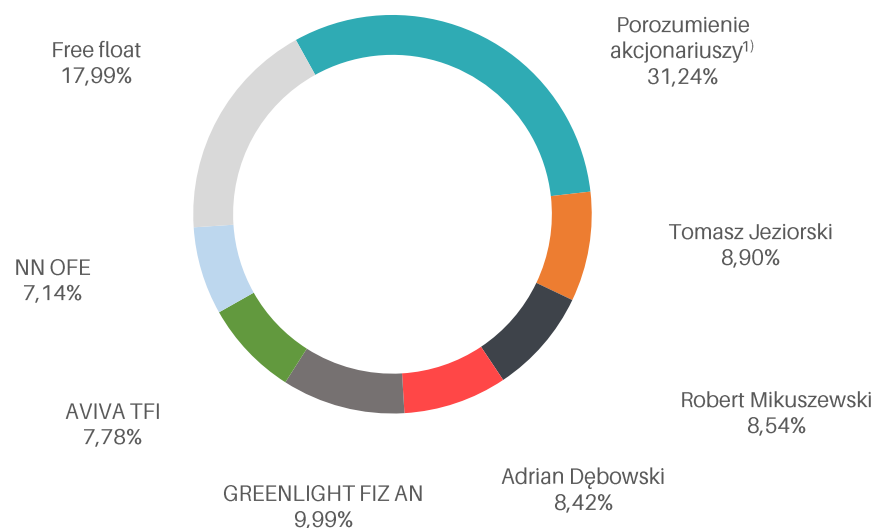
Plany i perspektywy

# Artifex Mundi w skrócie

## Profil Firmy:

- › Producent i wydawca gier komputerowych
- › 11 lat doświadczenia na rynku gier
- › Ponad 150 pracowników w oddziałach w Katowicach i Wrocławiu

Struktura akcjonariatu  
(według głosów na WZ)



1) Porozumienie między Tomaszem Grudzińskim, Jakubem Grudzińskim, Kamilem Urbankiem, Mariuszem Szynalikiem, Rafałem Wrońskim, Adrianem Półtorakiem, Bożeną Grudzińską oraz Bogdanem Grudzińskim dotyczące prowadzenia trwałej polityki wobec spółki oraz nabywania przez akcjonariuszy akcji spółki.

## Wybrane informacje rynkowe:

ISIN	PLARTFX00011
Liczba akcji	10.500.000
Kapitalizacja <sup>(2)</sup>	78,5 mln zł
Wartość księgowa	37,8 mln zł

## Wybrane dane finansowe:

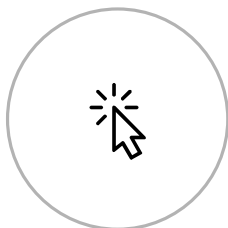
Dane skonsolidowane w mln PLN	H1 2018
Przychody ze sprzedaży	12,2
EBIT	3,3
Zysk netto	2,6

2) Kapitalizacja obliczona wg kursu akcji na dzień 2018-19-19.

Liczba akcji nie uwzględnia emisji serii D, która nie została jeszcze zarejestrowana

# Profil działalności

Artifex Mundi oparty jest na trzech uzupełniających się biznesowych filarach/segmentach:  
Gry HOPA, Gry Premium oraz Gry Free-to-Play



## GRY HOPA

- › Działalność wydawnicza i inwestycyjna w segmencie gier casualowych typu HOPA (Hidden Object Puzzle Adventure)
- › Wydawanie gier zrealizowanych na zlecenie lub tytułów niezależnych deweloperów
- › Model monetyzacji: try-before-you-buy, Premium
- › Platformy: Mobile, konsole, PC



## GRY PREMIUM

- › Produkcja i działalność wydawnicza gier średniej wielkości zróżnicowanych gatunkowo (przygodówki, platformówki, gry sieciowe, gry hack-n-slash)
- › Samodzielna realizacja (wewnętrzne studia) i komercjalizacja
- › Model monetyzacji: Premium
- › Platformy: PC, konsole



## GRY FREE-TO-PLAY

- › Produkcja i działalność wydawnicza gier zróżnicowanych gatunkowo (RPG, HOPA, Match-3) w modelu Free-to-Play
- › Samodzielna produkcja, komercjalizacja samodzielna lub we współpracy z wydawcą
- › Model monetyzacji: Mikrotransakcje, reklamy
- › Platformy: Mobile



Wstęp

# Gry HOPA

Gry Premium

Gry Free-to-Play

Wyniki finansowe

Plany i perspektywy

# Gry HOPA w I półroczu 2018 r.

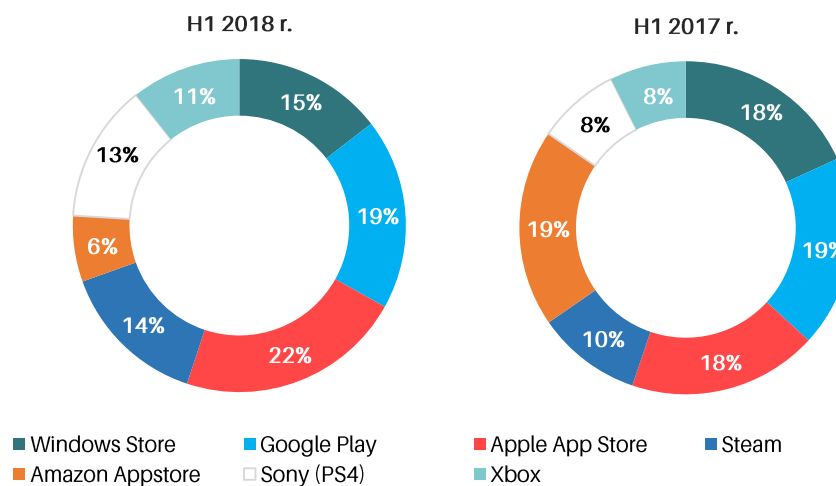
## Podsumowanie

- › Niższa sprzedaż gier HOPA związana z optymalizacją harmonogramu wydawniczego i zmianami na rynku (Amazon)
- › Premiery pięciu nowych gier HOPA (mobile, Steam):
  - › *Noir Chronicles: City of Crime*
  - › *Demon Hunter 4: Riddles of Light*
  - › *Chronicles of Magic: Divided Kingdoms*
  - › *Queen's Quest 4: Sacred Truce*
  - › *Kingmaker: Rise to the Throne*
- › Wydanie 4 gier w wersji na PS4 i Xbox One; rosnący udział tych platform w przychodach ze sprzedaży:
  - › *Nightmares from the Deep 3.*
  - › *Enigmatis 3: The Shadow of Karkhala.*
  - › *Grim Legends 3: The Dark City*
  - › *Eventide 3: Legacy of Legends*
- › Premiera pierwszej z gier Grupy (*Enigmatis 2: The Mists of Ravenwood*) na Nintendo Switch
- › Porozumienie z GOG.com ws. współpracy, przygotowanie do premier pierwszych gier na platformie (start sprzedaży w III kw. 2018 r.)

Przychody ze sprzedaży gier HOPA (mln PLN)



Sprzedaż wg platform



# Gry HOPA - ewolucja modelu biznesowego

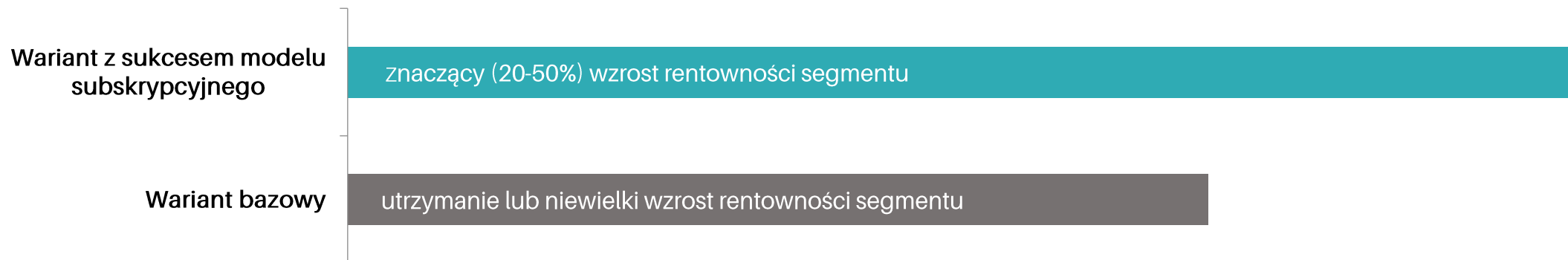
## Wzrost rentowności poprzez:

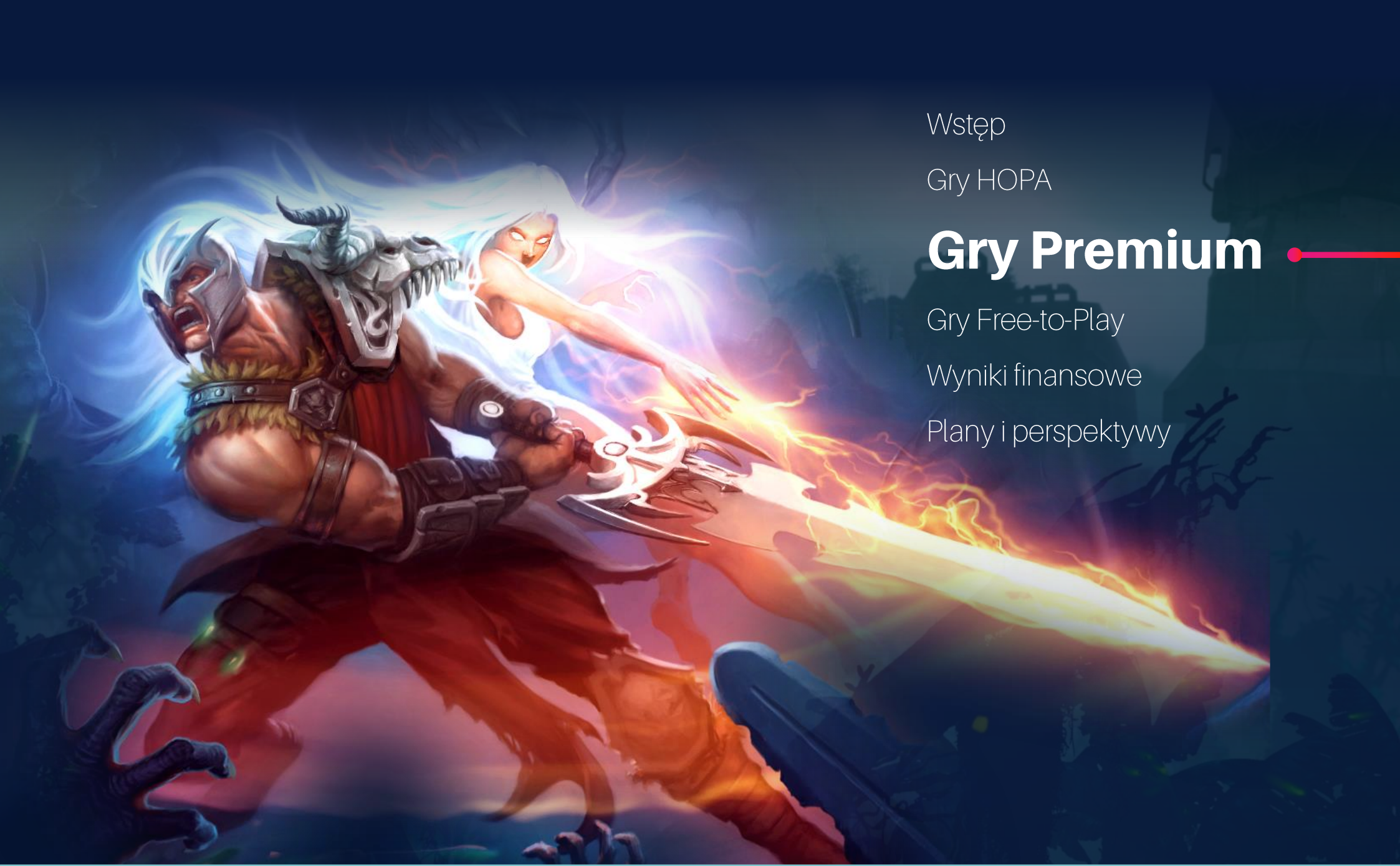
- › Zmiana polityki cenowej
- › Lepsze warunki współpracy z developerami
- › Koncentracja na najlepszych tytułach
- › Wejście na Nintendo Switch
- › Nowe kanały sprzedaży - GOG.com
- › Wersje Collector's Edition na Big Fish Games

## Model subskrypcyjny - gamechanger

- › Cel: portfolio HOPA jako środowisko zbliżone do gry F2P, komercjalizacja gier poprzez AM Club - pojedynczą aplikację scalającą portfolio gier
- › H1 2018 - udane testy modelu subskrypcyjnego, start prac nad jego implementacją
- › Plan dwuetapowego wdrożenia nowego modelu sprzedaży:
- › H1 2019 r.- subskrypcja jako alternatywa, bez scalającej aplikacji
- › H2 2019 r. - start AM Club

### Projektowana rentowność segmentu 2018+ (wynik netto)





Wstęp

Gry HOPA

# Gry Premium

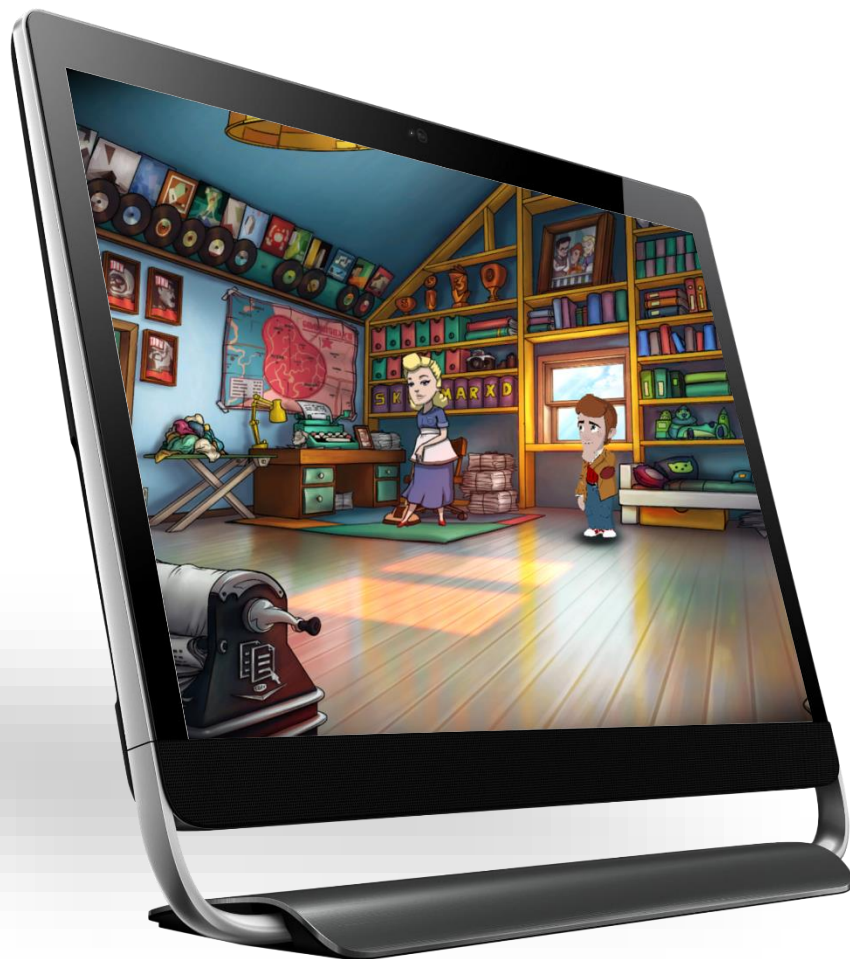
Gry Free-to-Play

Wyniki finansowe

Plany i perspektywy



# Gry Premium - nowy obszar biznesu



MATRYOSHKA

## Założenia:

- › Wejście na rynek gier mainstreamowych (szersza grupa docelowa), dywersyfikacja gatunkowa
- › Wykorzystanie know-how i zasobów ludzkich zbudowanych dla produkcji gier HOPA, wzmocnionych dzięki transferom pojedynczych, wysokiej klasy specjalistów
- › Organizacja niedużych (max. 10-12 osób), doświadczonych i sprawnych zespołów, realizujących w około 2-letnich cyklach średniej wielkości gry na PC i konsole o budżetach (produkcja + marketing) do 5 mln PLN
- › Docelowe pozycjonowanie się jako triple-I (Indie AAA)

## Plan rozwoju segmentu:

- › Ewolucyjna zmiana profilu HOPA -> nowe gatunki gier:
- › Etap I – przygodówki (My Brother Rabbit, Irony Curtain)
- › Etap II – Nowe gatunki (Bladebastards, Outlaws)
- › Etap III – Większe produkcje (Codename: Roguelike)

## Gry Premium - cele na lata 2018/2019

Stworzenie 3 niezależnych zespołów deweloperskich i zespołu marketingowego

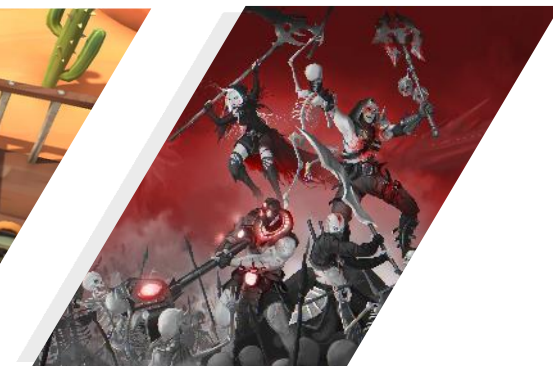
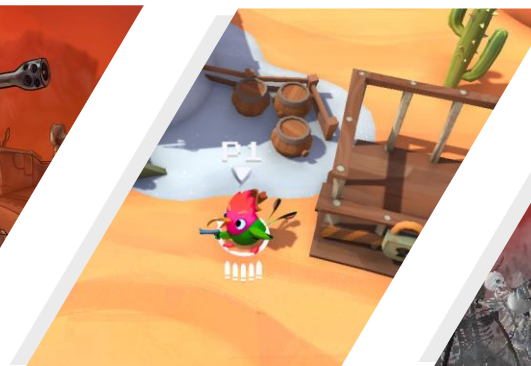
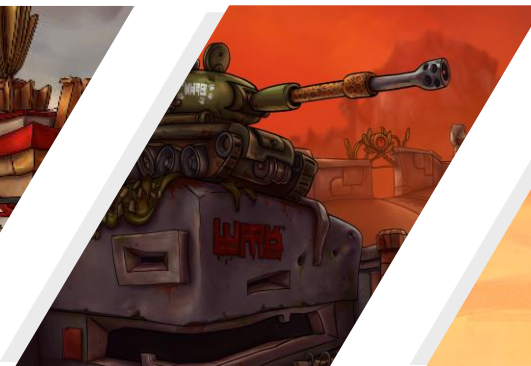
Wypracowanie wzorcowego production pipeline

4 tytuły wydane na PC/X1/PS4

Uzyskanie pozycji developera Triple-I



# Gry Premium - harmonogram premier



21.09. 2018

**My Brother Rabbit**  
PC/X1/PS4/NS

Q1 2019

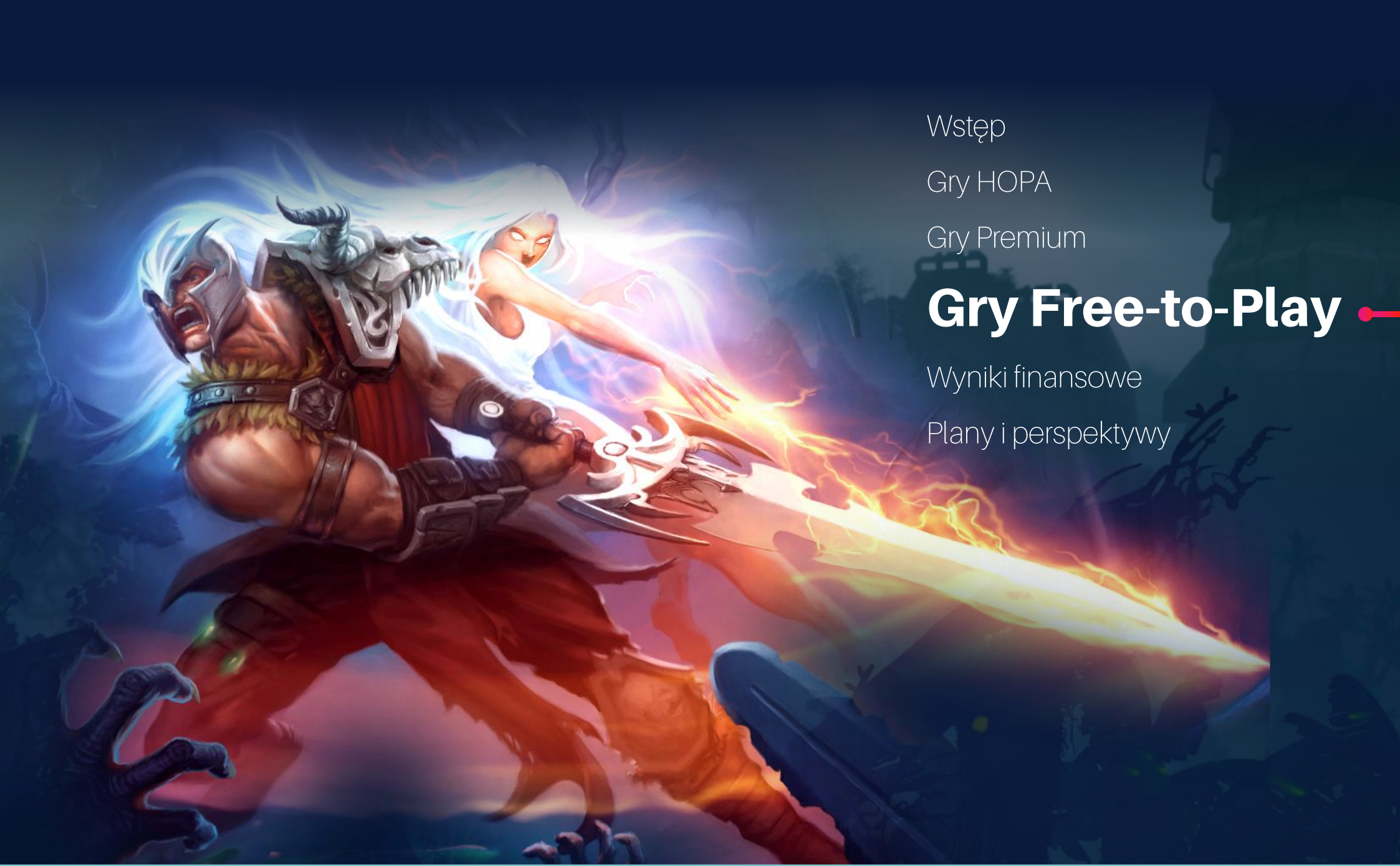
**Irony Curtain**  
PC/X1/PS4/NS  
**My Brother Rabbit**  
iOS/Android

Q2 2019

**Irony Curtain**  
IOS/Android

H2 2019

**Outlaws**      **Bladebastards**  
PC/X1/PS4/NS    PC/X1/PS4/NS



Wstęp

Gry HOPA

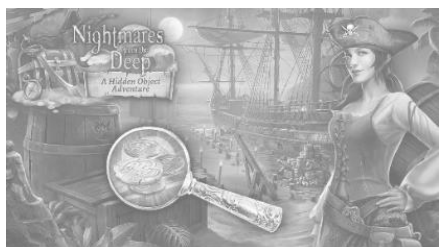
Gry Premium

# Gry Free-to-Play

Wyniki finansowe

Plany i perspektywy

## Free-to-play w I półroczu 2018 r.



Koncentracja na najlepiej rokujących tytułach – *Bladebound*, *Tiny Dragons*, intensyfikacja prac



Wyjście z impasu w projektach *Kate Malone* i *Nightmares from the Deep®: A HOA* – sprzedaż tytułów, uwolnienie kapitału



Ujednolicenie technologii realizacji gier F2P

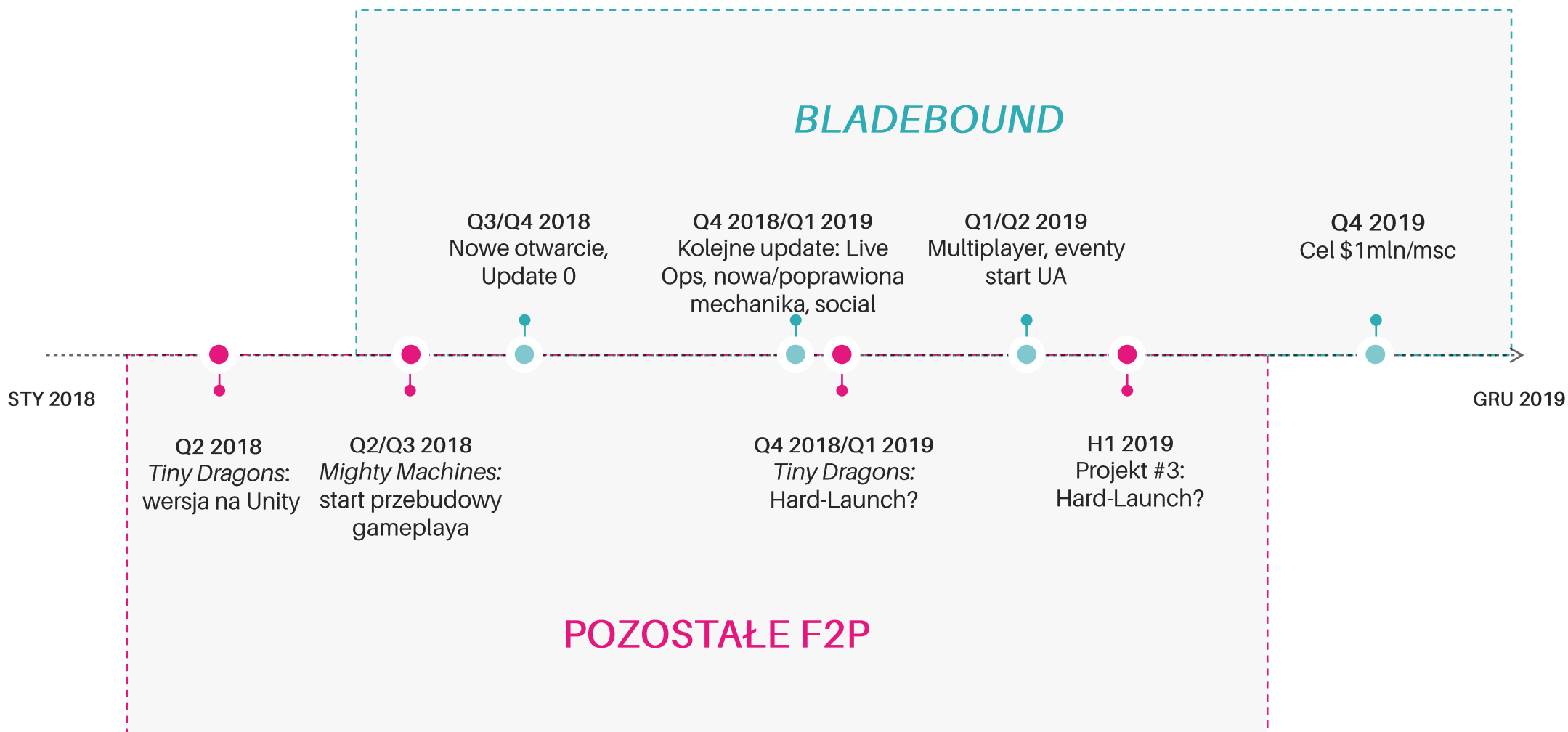


Rozbudowa zespołów odpowiedzialnych za marketing i analitykę



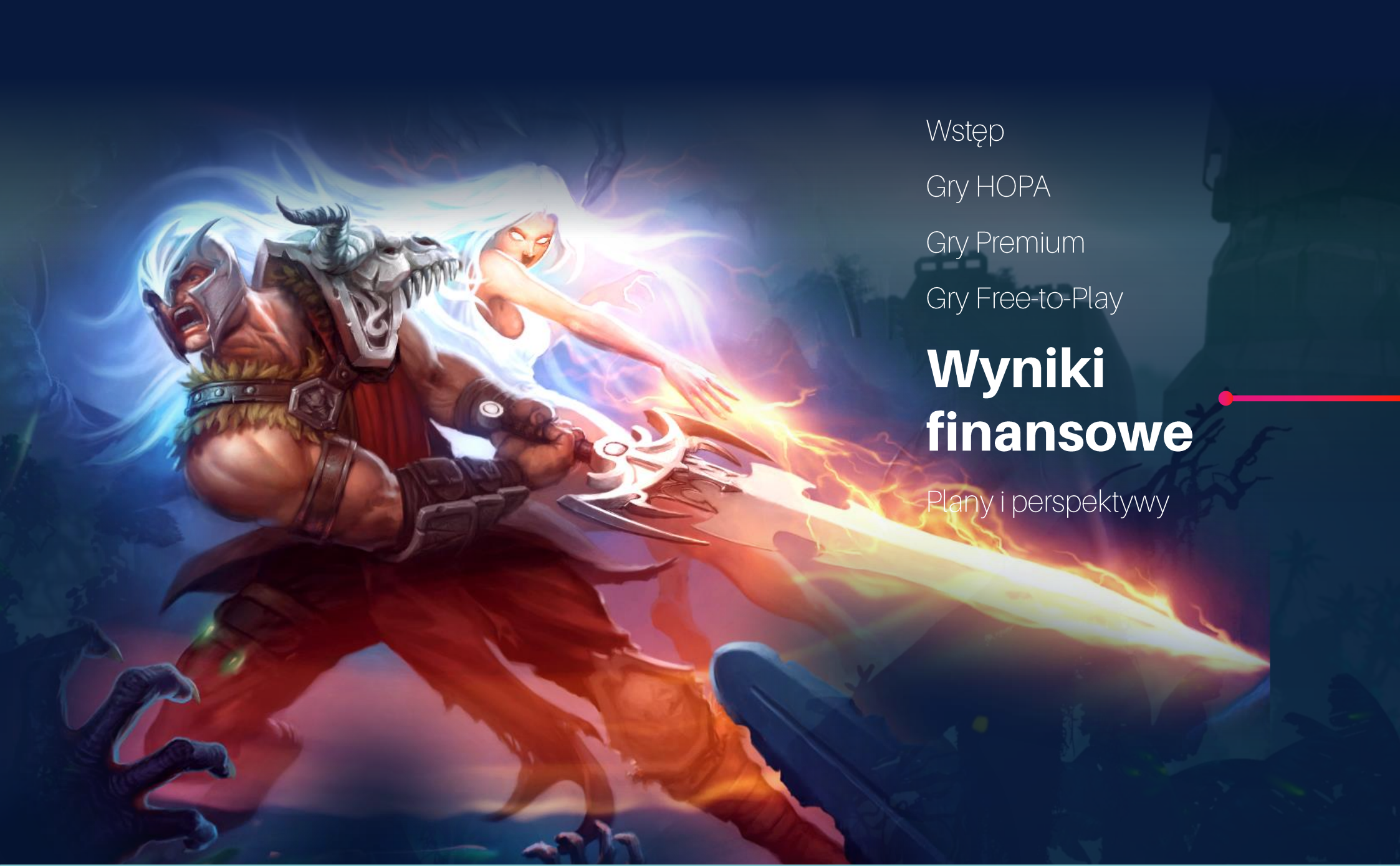
Inwestycje w know-how, podnoszenie kwalifikacji zespołów

# Free-to-play - harmonogram prac



# Bladebound – harmonogram aktualizacji na najbliższe 6 miesięcy





Wstęp

Gry HOPA

Gry Premium

Gry Free-to-Play

# Wyniki finansowe

Plany i perspektywy



## Wybrane dane finansowe

- Wzrost sprzedaży osiągnięty dzięki wyższym przychodom segmentu F2P, uwzględniającymi przychody ze sprzedaży praw do gier *Kate Malone* i *Nightmares from the Deep®: A HOA*

- Nieznaczny spadek wyniku netto związany m.in. z sytuacją na rynku walutowym

- Wzrost aktywowanych kosztów gier komputerowych, związany z rozwojem segmentów *Premium* i *F2P*

- Dająca komfort działania pozycja gotówkowa, będąca efektem m.in. solidnych przepływów z działalności operacyjnej

tys. zł	I półrocze 2018 r.	I półrocze 2017 r.	Zmiana
Przychody ze sprzedaży	12 237,77	10 786,05	13%
Zysk na działalności operacyjnej	3 364,17	2 979,37	13%
<b>Zysk netto</b>	<b>2 588,44</b>	<b>2 758,19</b>	<b>-6%</b>

tys. zł	30.06.2018	31.12.2017	Zmiana
<b>Aktywa trwałe</b>	<b>3 473,84</b>	<b>3 270,49</b>	<b>6%</b>
<b>Aktywa obrotowe, w tym:</b>	<b>39 023,29</b>	<b>35 710,67</b>	<b>9%</b>
Aktywowane koszty gier komputerowych	25 911,93	22 826,35	14%
Środki pieniężne	6 130,82	6 387,32	-4%
<b>Kapitał własny</b>	<b>37 846,32</b>	<b>35 257,88</b>	<b>7%</b>
<b>Zobowiązania długoterminowe</b>	<b>1 168,28</b>	<b>846,99</b>	<b>38%</b>
<b>Zobowiązania krótkoterminowe</b>	<b>3 482,54</b>	<b>2 876,29</b>	<b>21%</b>



Wstęp

Gry HOPA

Gry Premium

Gry Free-to-Play

Wyniki finansowe

# Plany i perspektywy

# Cele na lata 2018/2019

## Segment HOPA

---

- › Poprawa rentowności: nowe ceny, wyższa efektywność
- › Inwestycja w model subskrypcyjny szansą na znaczący wzrost

## Segment Free-to-play

---

- › Maksymalizacja przychodów ze sprzedaży *Bladebounda*
- › Rozwój technologii oraz zespołów analityki i marketingu
- › Wzrost KPI pozostałych gier, potencjalny hard-launch 1-2 tytułów

## Segment Premium

---

- › Pierwsza gra *Premium* na rynku w 2018 r., 3 kolejne w 2019 r.
- › Inwestycja w budowę zespołów do gier Triple-I

## Środowisko pracy

---

- › Podnoszenie kwalifikacji zespołu,
- › Transfery wysokiej klasy specjalistów
- › Kreatywne, efektywne środowisko pracy



# ARTIFEX MUNDI

---

## Artifex Mundi S.A.

ul. Michała Archaniola 10  
41-800 Zabrze  
[ir@artifexmundi.com](mailto:ir@artifexmundi.com)

---

## Kontakt dla inwestorów:

Błażej Dowgielski  
[b.dowgielski@makmedia.pl](mailto:b.dowgielski@makmedia.pl)  
tel: +48 692 823 744

[www.artifexmundi.com](http://www.artifexmundi.com)