

BOOMBIT

WYNIKI FINANSOWE
H1 2021

WRZESIEŃ 2021



BOOMBIT

H1 2021 Podsumowanie.

- Bardzo udane nowe premiery
- Rozwój Działalności Wydawniczej i Joint Ventures
- 4 miesiące z rzędu z przychodami przekraczającymi 20 mln PLN

113,9 mln

Pobrań w H1 2021



**114,6
mln PLN**

Rekordowe przychody z gier*



**9,4
mln PLN**

Zysk netto

Ogromna skala działalności.

Gry mobilne BoomBit są popularne na całym świecie, wśród szerokiego spektrum odbiorców

~800 tys.

pobrań dziennie

~2 mln

aktywnych
użytkowników dziennie

~33 mln

aktywnych użytkowników
miesięcznie

~28 mln

reklam wyświetlanych
dziennie

~60 tys.

godzin pełnoekranowych
reklam dziennie (7 lat na osobę)

~30 tys.

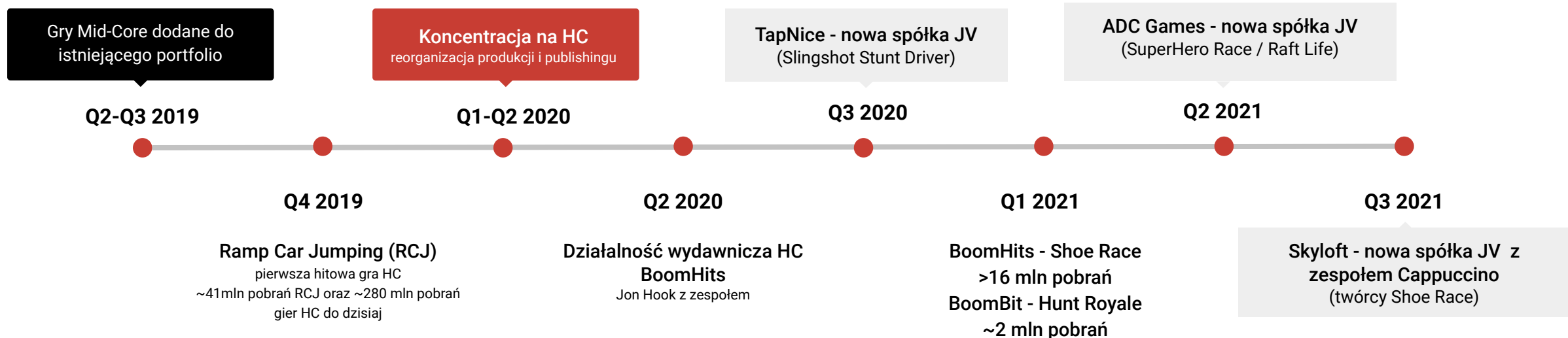
bidów generowanych
dziennie

BoomBit.

- Jedna z najszybciej rosnących spółek produkujących gry mobilne
- Ponad 10 lat działalności w segmencie free-to-play
- Koncentracja na grach Hyper-Casual
- Globalna rozpoznawalność, silna pozycja w USA, UK i Polsce
- Ponad 200 osób na całym świecie, 12 narodowości



Strategia skalowania biznesu



BOOMBIT
GROUP



**MILIARD
POBRAŃ**



BOOMBIT

**BOOM
HITS**

**tap
NICE**

ADG


skyloft

3 filary zdywersyfikowanej działalności.

- Własna produkcja, narzędzia i know-how
- Rozwijająca się działalność wydawnicza (BoomHits)
- Rosnące portfolio udanych Joint Ventures

PRODUKCJA WEWNĘTRZNA

- Producent i wydawca własnych gier Hyper-Casual, Mid-Core i driving simulator
- Centrum kompetencji dla spółek grupy (narzędzia, UA, BI)

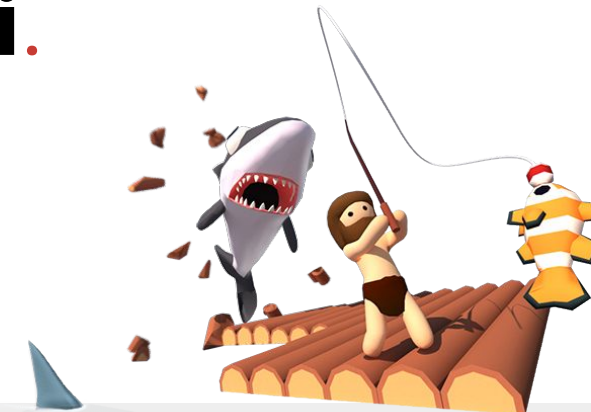
DZIAŁALNOŚĆ WYDAWNICZA

**BOOM
HITS** 15-20
zewnątrznych studiów



JOINT VENTURES

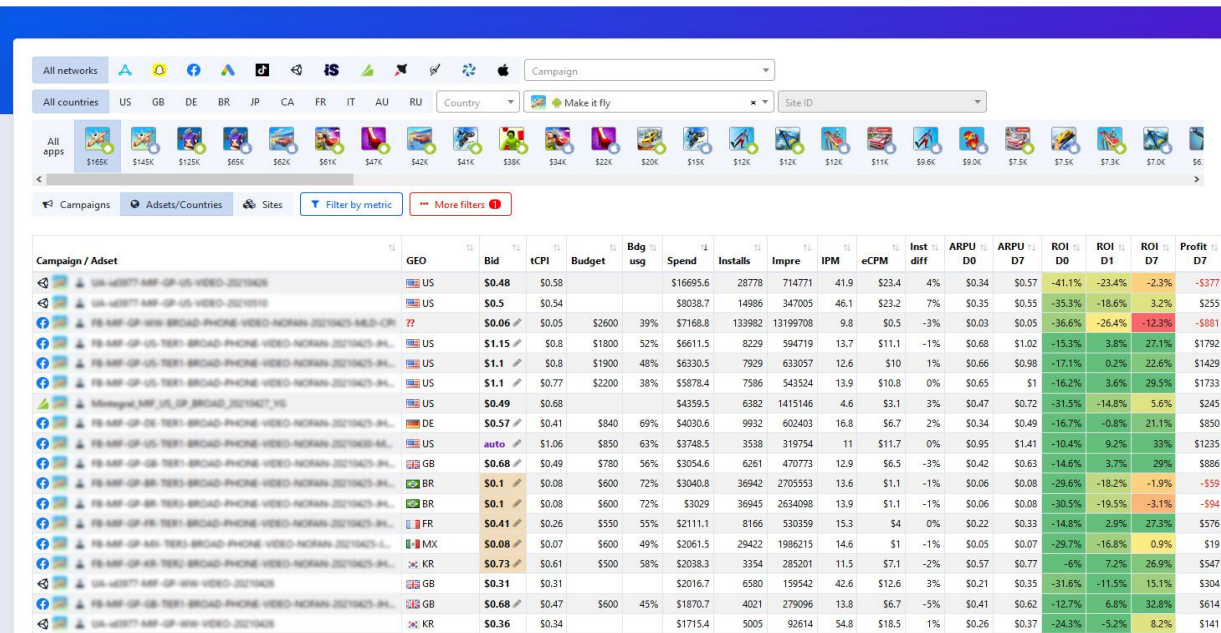
BoomBit współpracuje z zewnętrznymi studiami na zasadach joint ventures



User Acquisition.

BoomBit stworzył własne narzędzia i algorytmy do optymalizacji kosztu pozyskania graczy i maksymalizacji zwrotu z gier:

- Wydatki na UA muszą generować zwrot na danej grze.
- Różne źródła UA mają różne koszty i jakość pozyskanych graczy.
- Koncentracja na maksymalizacji zwrotu z gier, a nie liczby pobrań, czy pozycji w rankingach

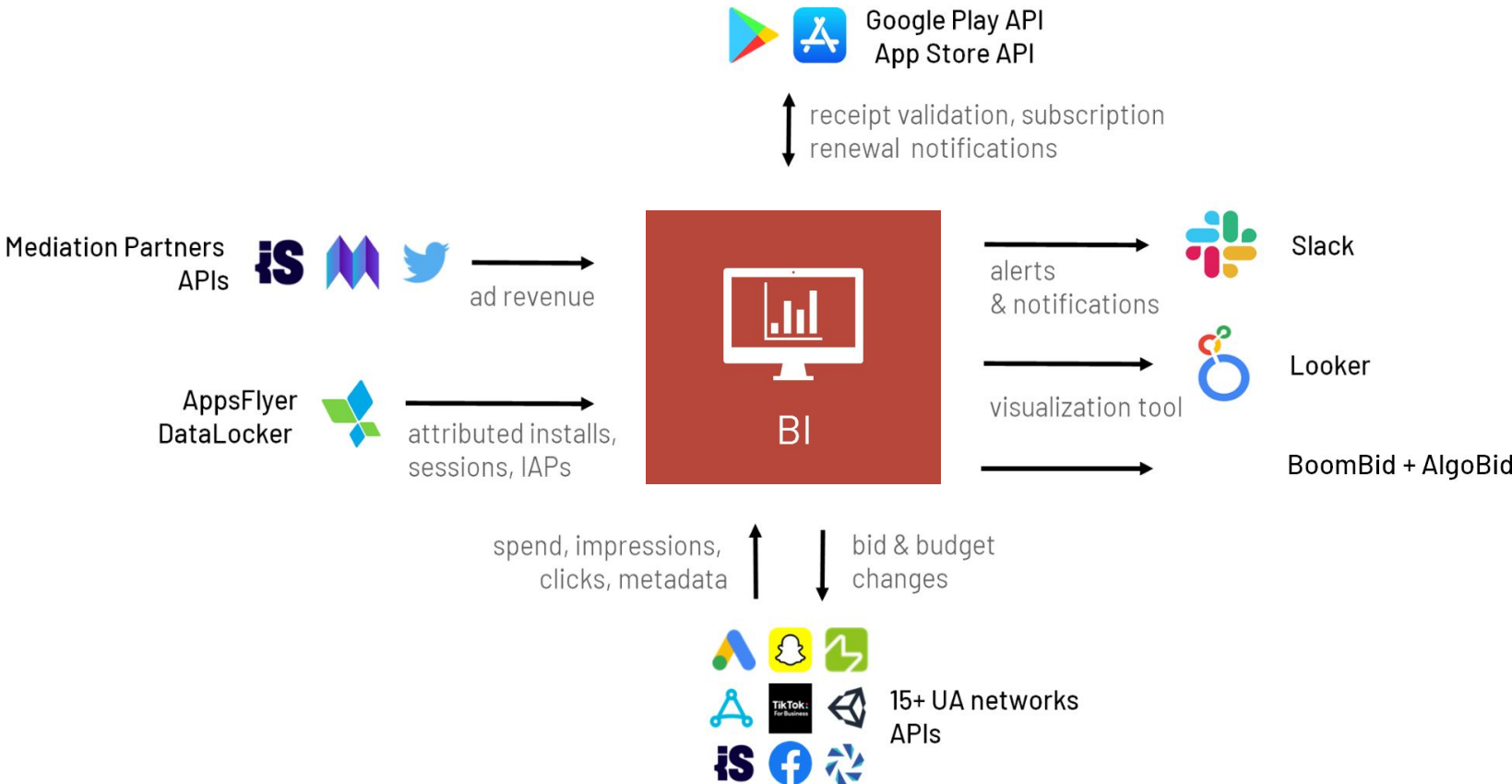


Campaign / Adset	GEO	Bid	tCPI	Budget	Bdg usg	Spend	Installs	Impre	IPM	eCPM	Inst diff	ARPU D0	ARPU D7	ROI D0	ROI D1	ROI D7	Profit D7
UA-48177-MFF-GP-US-VIDEO-20210425	US	\$0.48	\$0.58			\$16695.6	28778	714771	41.9	\$23.4	4%	\$0.34	\$0.57	-41.1%	-23.4%	-2.3%	-\$377
UA-48177-MFF-GP-US-VIDEO-20210425	US	\$0.5	\$0.54			\$8038.7	14986	347005	46.1	\$23.2	7%	\$0.35	\$0.55	-35.3%	-18.6%	3.2%	\$255
FB-MFF-GP-USA-BROAD-PHONE-VIDEO-NORMAN-20210425-ALL-CP	??	\$0.06	\$0.05	\$2600	39%	\$7168.8	133982	13199708	9.8	\$0.5	-3%	\$0.03	\$0.05	-36.6%	-26.4%	-12.3%	-\$981
FB-MFF-GP-US-TEK1-BROAD-PHONE-VIDEO-NORMAN-20210425-ALL	US	\$1.15	\$0.8	\$1800	52%	\$6611.5	8229	594719	13.7	\$11.1	-1%	\$0.68	\$1.02	-15.3%	3.8%	27.1%	\$1792
FB-MFF-GP-US-TEK1-BROAD-PHONE-VIDEO-NORMAN-20210425-ALL	US	\$1.1	\$0.8	\$1900	48%	\$6330.5	7929	633057	12.6	\$10	1%	\$0.66	\$0.98	-17.1%	0.2%	22.6%	\$1429
FB-MFF-GP-US-TEK1-BROAD-PHONE-VIDEO-NORMAN-20210425-ALL	US	\$1.1	\$0.77	\$2200	38%	\$5878.4	7586	543524	13.9	\$10.8	0%	\$0.65	\$1	-16.2%	3.6%	29.5%	\$1733
WhatsApp-MFF-US-CP-BROAD-20210425-US	US	\$0.49	\$0.68			\$4359.5	6382	1415146	4.6	\$3.1	3%	\$0.47	\$0.72	-31.5%	-14.8%	5.6%	\$245
FB-MFF-GP-US-TEK1-BROAD-PHONE-VIDEO-NORMAN-20210425-ALL	DE	\$0.57	\$0.41	\$840	69%	\$4030.6	9932	602403	16.8	\$6.7	2%	\$0.34	\$0.49	-16.7%	-0.8%	21.1%	\$850
FB-MFF-GP-US-TEK1-BROAD-PHONE-VIDEO-NORMAN-20210425-ALL	US	auto	\$1.06	\$850	63%	\$3748.5	3538	319754	11	\$11.7	0%	\$0.95	\$1.41	-10.4%	9.2%	33%	\$1235
FB-MFF-GP-GB-TEK1-BROAD-PHONE-VIDEO-NORMAN-20210425-ALL	GB	\$0.68	\$0.49	\$780	56%	\$3054.6	6261	470773	12.9	\$6.5	-3%	\$0.42	\$0.63	-14.6%	3.7%	29%	\$886
FB-MFF-GP-GB-TEK1-BROAD-PHONE-VIDEO-NORMAN-20210425-ALL	BR	\$0.1	\$0.08	\$600	72%	\$3040.8	36942	2705553	13.6	\$1.1	-1%	\$0.06	\$0.08	-29.6%	-18.2%	-1.9%	-\$59
FB-MFF-GP-GB-TEK1-BROAD-PHONE-VIDEO-NORMAN-20210425-ALL	BR	\$0.1	\$0.08	\$600	72%	\$3029	36945	2634098	13.9	\$1.1	-1%	\$0.06	\$0.08	-30.5%	-19.5%	-3.1%	-\$94
FB-MFF-GP-FR-TEK1-BROAD-PHONE-VIDEO-NORMAN-20210425-ALL	FR	\$0.41	\$0.26	\$550	55%	\$2111.1	8166	530359	15.3	\$4	0%	\$0.22	\$0.33	-14.8%	2.9%	27.3%	\$576
FB-MFF-GP-MX-TEK1-BROAD-PHONE-VIDEO-NORMAN-20210425-ALL	MX	\$0.08	\$0.07	\$600	49%	\$2061.5	29422	1986215	14.6	\$1	-1%	\$0.05	\$0.07	-29.7%	-16.8%	0.9%	\$19
FB-MFF-GP-KR-TEK1-BROAD-PHONE-VIDEO-NORMAN-20210425-ALL	KR	\$0.73	\$0.61	\$500	58%	\$2038.3	3354	285201	11.5	\$7.1	-2%	\$0.57	\$0.77	-6%	7.2%	26.9%	\$547
UA-48177-MFF-GP-USA-VIDEO-20210425	GB	\$0.31	\$0.31			\$2016.7	6580	159542	42.6	\$12.6	3%	\$0.21	\$0.35	-31.6%	-11.5%	15.1%	\$304
FB-MFF-GP-GB-TEK1-BROAD-PHONE-VIDEO-NORMAN-20210425-ALL	GB	\$0.68	\$0.47	\$600	45%	\$1870.7	4021	279096	13.8	\$6.7	-5%	\$0.41	\$0.62	-12.7%	6.8%	32.8%	\$614
UA-48177-MFF-GP-USA-VIDEO-20210425	KR	\$0.36	\$0.34			\$1715.4	5005	92614	54.8	\$18.5	1%	\$0.26	\$0.37	-24.3%	-5.2%	8.2%	\$141



UA Automation - Business Intelligence.

- BI: Pełne dane historyczne dotyczące wyników zakupionych kohort użytkowników
- Monitorowanie trwających kampanii marketingowych w czasie rzeczywistym



UA Automation - AlgoBid.

- AlgoBid: Narzędzie do kalkulacji bidów, ukierunkowany na maksymalizację rentowności kampanii UA



INPUT

- App
- Device
- Country
- Campaign
- Media Source
- Creative
- Day of Week
- Gender
- Age
- Sub-source
- ATT

PROCESSING

- Historical data
- Seasonality
- eCPM capping
- App maturity
- Outliers
- Sample size
- Break-even point
- Bucketing
- Blacklisting
- Whitelisting



BID

- ~30k bids each iteration
- less than 1% overridden by UA managers

MEASURES

- CPI
- IPM
- CTR
- Retention
- Engagement rate
- Purchase events
- Cross promo
- k-factor
- ARPU
- ROI

UA Automation - BoomBid.

- BoomBid: Narzędzie do aktualizacji tysięcy bidów we wszystkich kampaniach marketingowych. Jednym kliknięciem.

~30 tys.

bidów generowanych dziennie

PRZYGOTOWANIE I WGRANIE BIDÓW

ANALIZA ZMIAN I DOSTOSOWANIE

POTWIERDZENIE

Jeden dokument zawierający bity do wszystkie sieci i kampanii

W przypadku kiedy bity sugerowane przez AlgoBid wymagają zmiany

Wszystkie bity są wgrywane do sieci reklamowych w ciągu kilku minut

Campaign / Adset	GEO	Bid	New Bid	Bid chg	tCPI
		\$0.3	\$0.3	0%	\$0.31
		\$0.48	\$0.471	-1.9%	\$0.58
		\$0.398	\$0.397	-0.2%	\$0.58
		\$0.51	\$0.47	-7.8%	\$0.51
		\$0.876	\$0.881	0.6%	\$0.87
		\$0.334	\$0.327	-2.1%	\$0.31
		\$0.26	\$0.27	3.8%	\$0.26
		\$0.45	\$0.441	-2.4%	\$0.45
		\$0.5	\$0.458	-9.2%	\$0.51
		\$0.3	\$0.29	-3.3%	\$0.31
		\$0.24	\$0.24	0%	\$0.24
		\$0.05	\$0.05	0%	\$0.05
		\$0.36	\$0.37	2.8%	\$0.36



Network	All bids	Valid	Changes	Deployment
ironSource	2242	100.0%	8	100.0%
Unity Ads	11343	100.0%	23	100.0%
AppLovin	9394	92.2%	17	100.0%

2021 Hyper-Casual Portfolio.

- 18 gier mobilnych wydanych w 2021 przez 3 linie biznesowe

PRODUKCJA





Crazy Plane Landing

Base Jump Wing Suit Flying

Construction Ramp Jumping



DZIAŁALNOŚĆ WYDAWNICZA




Shoe Race

Kiss in Public



JOINT VENTURES





Make It Fly

Superhero Race!

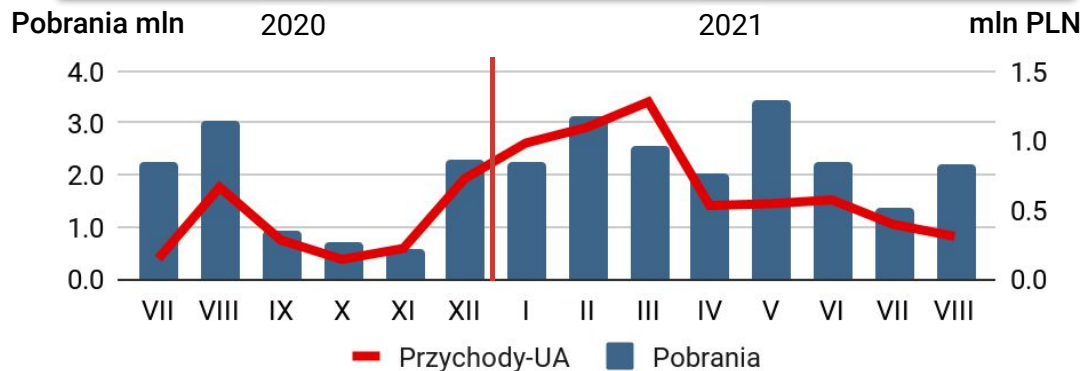
Raft Life



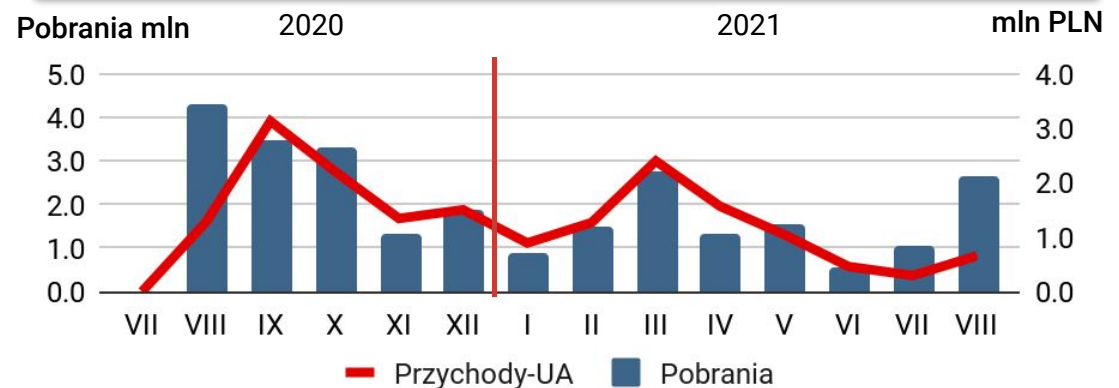


- Gry z 2020 i starsze są nadal popularnie i dochodowe
- Cykl życia gier HC BoomBit jest dłuższy niż myślisz!

Bike Jump > 1 rok (~29 mln pobrań, ~22 mln PLN przychodów)



Slingshot Stunt Driver > 1 rok (~26 mln pobrań, ~41 mln PLN przychodów)



HUNT ROYALE



Hunt Royale.

Hunt Royale wydane 25 marca 2021

>2 mln

POBRAŃ

>6 mln USD

PRZYCHODY

>1,7 mln USD

PRZYCHODY - UA

RETENTION			
	D1	D7	D30
Kwiecień '21	50,3%	18,4%	5,1%
Obecnie	55,1%	24,4%	8,6%
Wzrost	9,5%	32,6%	68,2%

CONVERSION TO PAYER		
Kwiecień '21	Obecnie	Wzrost
7,9%	12,6%	59,5%

BOOMBIT

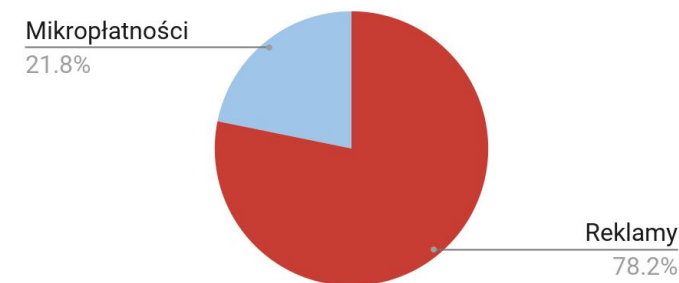
WYNIKI FINANSOWE



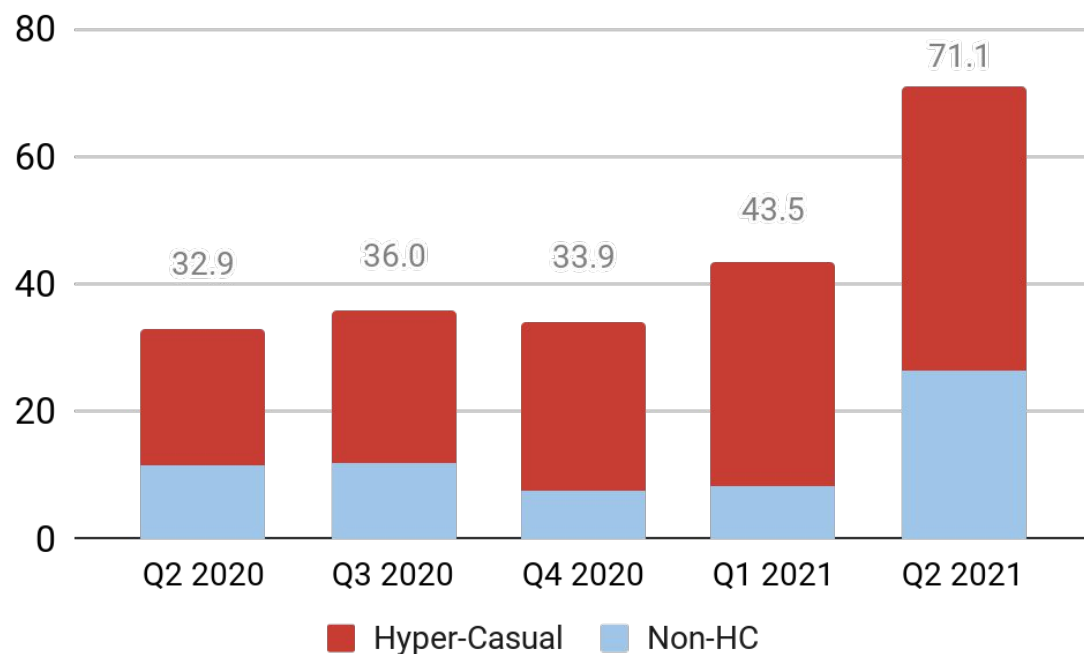
Przychody z gier.

- Rekordowe przychody* w Q2
- 63% wzrost w Q2 wobec przychodów w Q1 (116% kw./kw.)
- Rosnący udział non-HC i mikropłatności dzięki Hunt Royale
- Gry HC głównym motorem wzrostu przychodów

Przychody Q2 2021

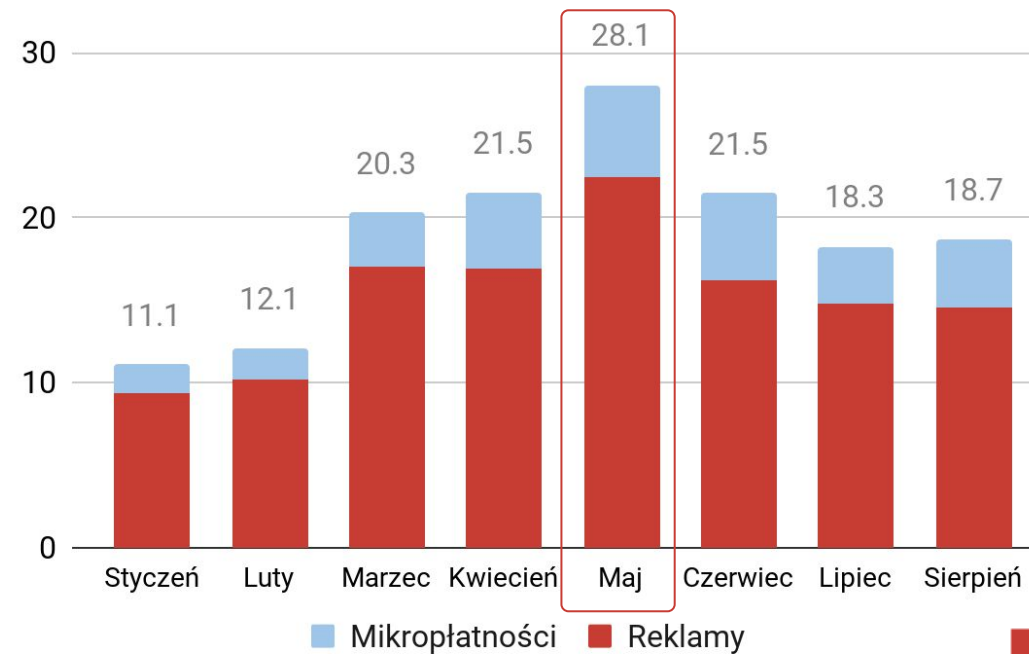


Przychody (mln PLN)



Przychody (mln PLN)

Najlepszy miesiąc w historii

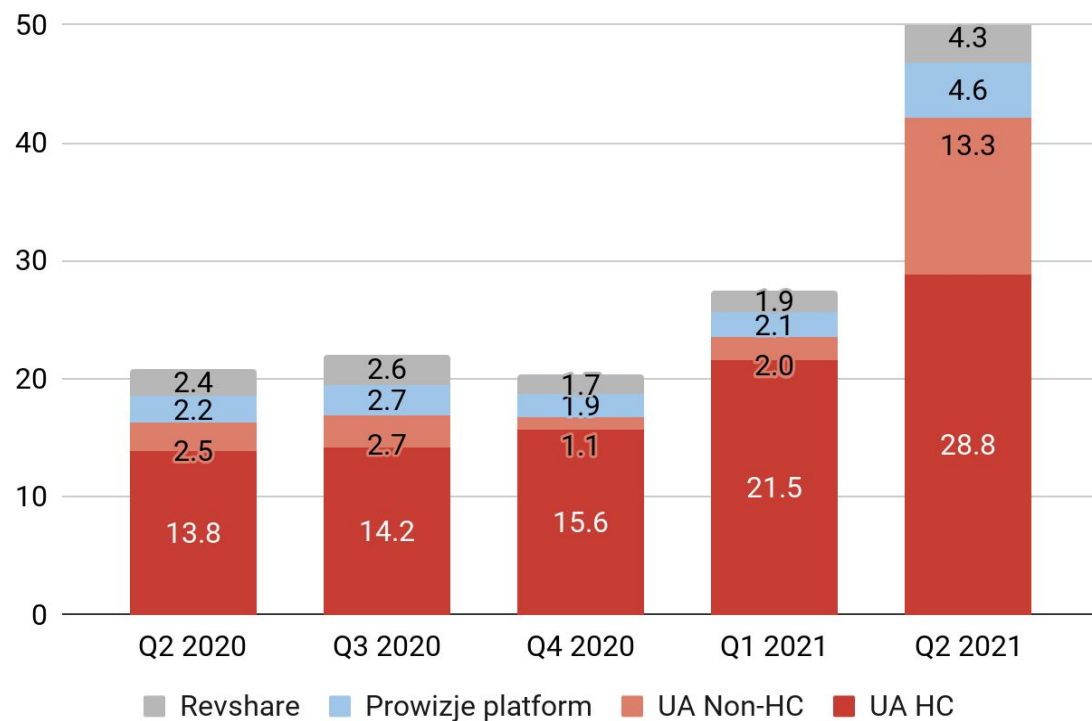


*Prezentowane przychody zawierają wartości z fazy soft launch, które zgodnie z zasadami rachunkowości w Grupie są kapitalizowane jako nakłady na prace rozwojowe.

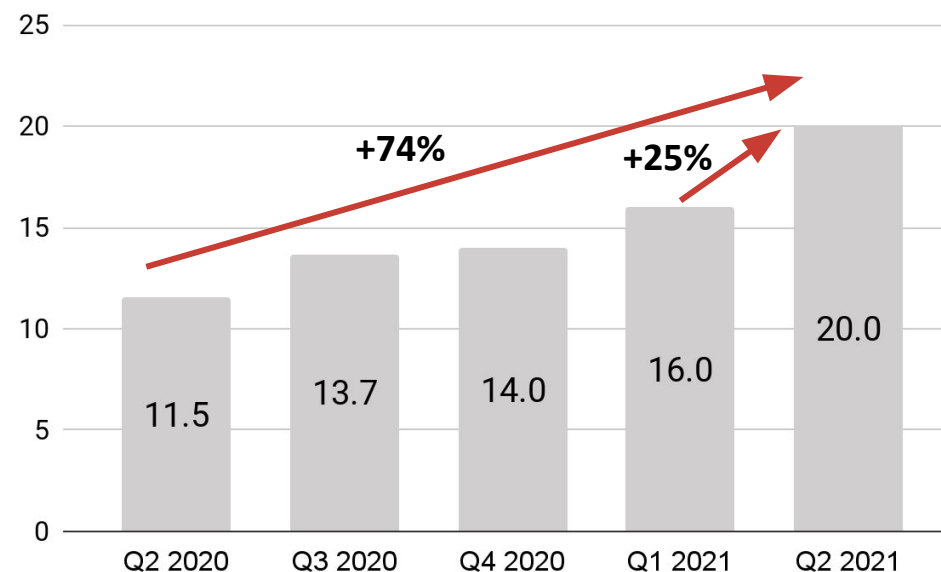
Przychody z gier i główne koszty zmienne.

- Kolejny rekordowy poziom przychodów* pomniejszonych o koszty zmienne (20 mln PLN w Q2, +25% kw./kw., +74% r/r)
- Rekordowy poziom inwestycji w UA (42,1 mln PLN)

Główne koszty zmienne (mln PLN)



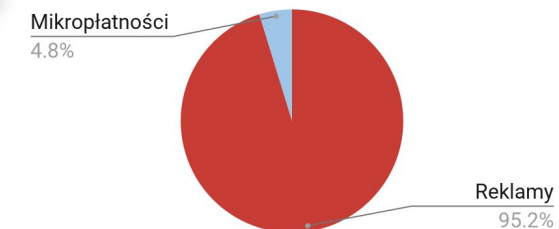
Przychody pomniejszone o koszty zmienne (mln PLN)



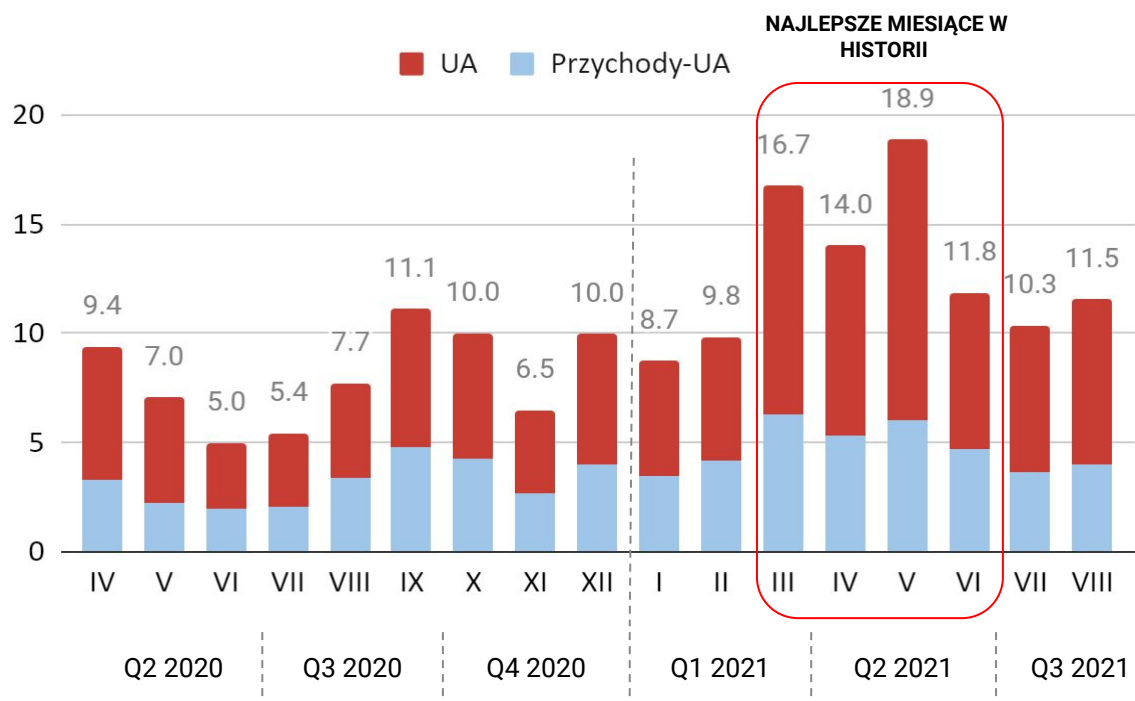
Hyper-Casual.

- 44,7 mln PLN przychodów w Q2 2021 (+27% kw./kw. oraz +109% r/r)
- Marzec i Maj najlepszymi miesiącami w grach HC i łącznych przychodach-UA
- Niższe przychody od czerwca głównie ze względu na adaptację rynku do otoczenia "post-IDFA"
- Outlook - nowe obiecujące gry w przygotowaniu i poprawiające się wyniki na iOS

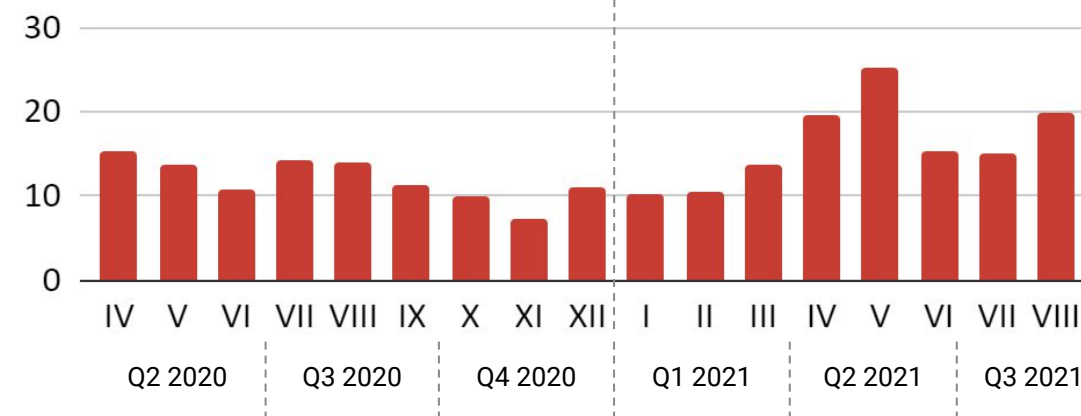
Przychody Q2 2021



Przychody i User Acquisition* (mln PLN)



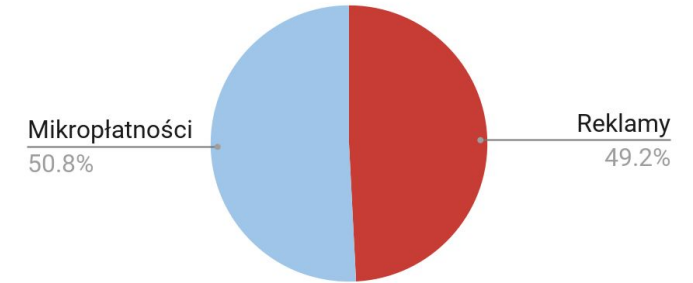
Pobrania (mln)



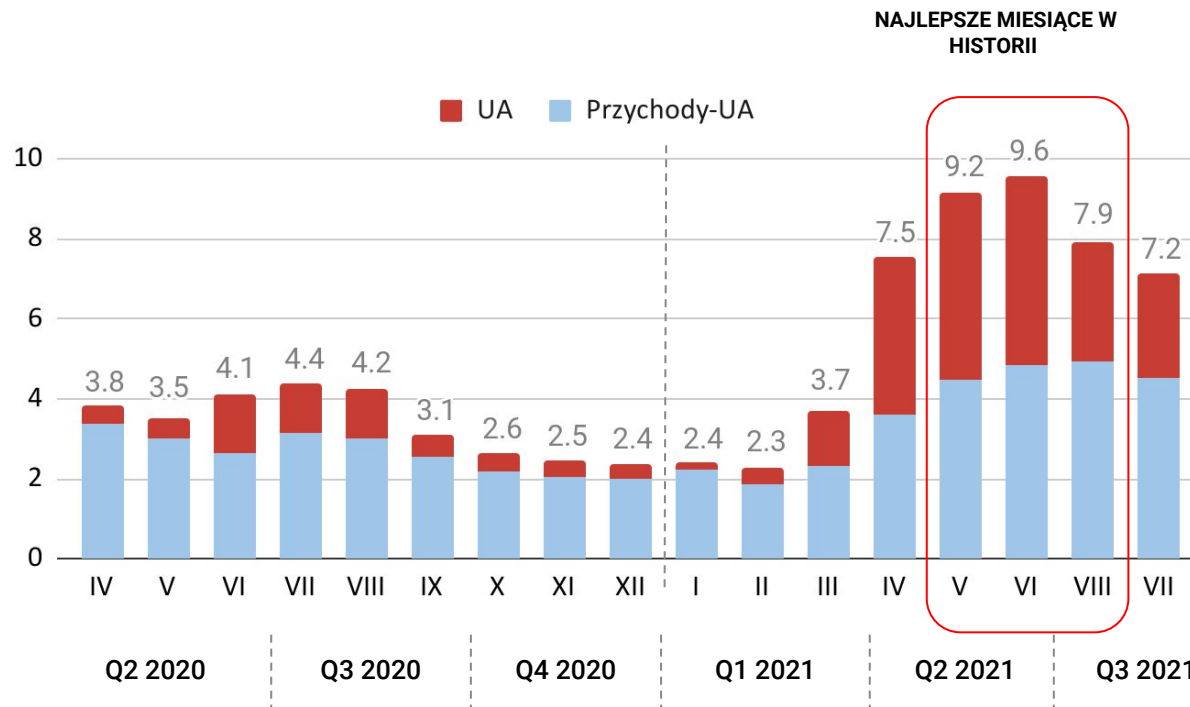
Non-HC.

- Maj, czerwiec i lipiec najlepszymi miesiącami w historii w grach non-HC
- 26,3 mln PLN przychodów* w Q2 2021 (+213% kw./kw. oraz +131% r/r)
- Stabilne przychody-UA pomimo niższych przychodów po czerwcu
- Hunt Royale - duży update gry już wkrótce!

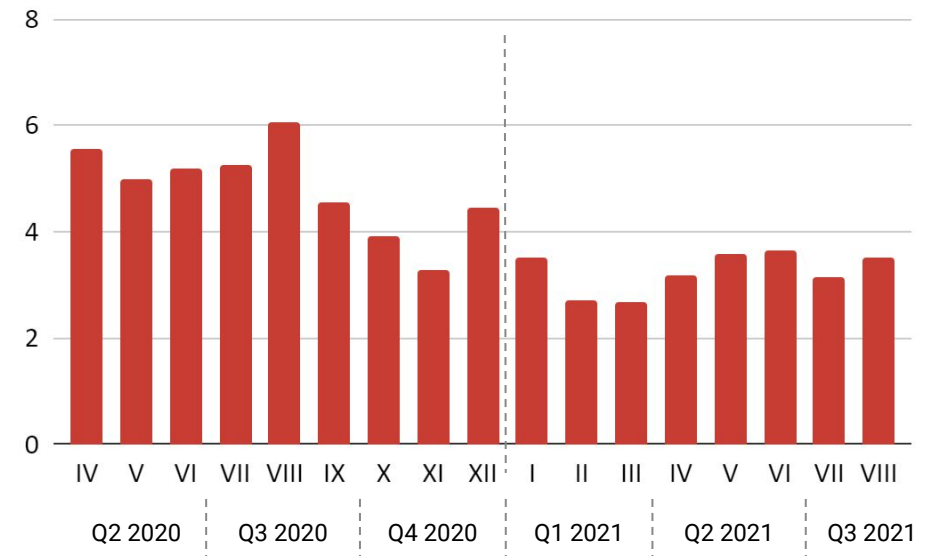
Przychody Q2 2021



Przychody i User Acquisition (mln PLN)



Pobrania (mln)

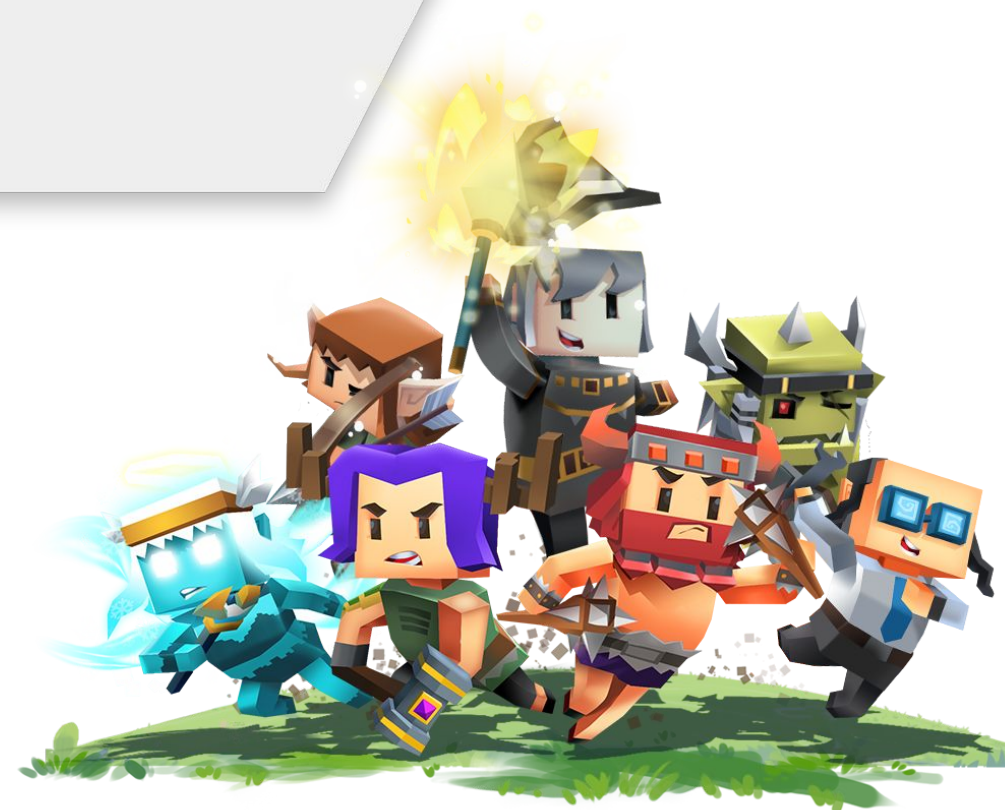
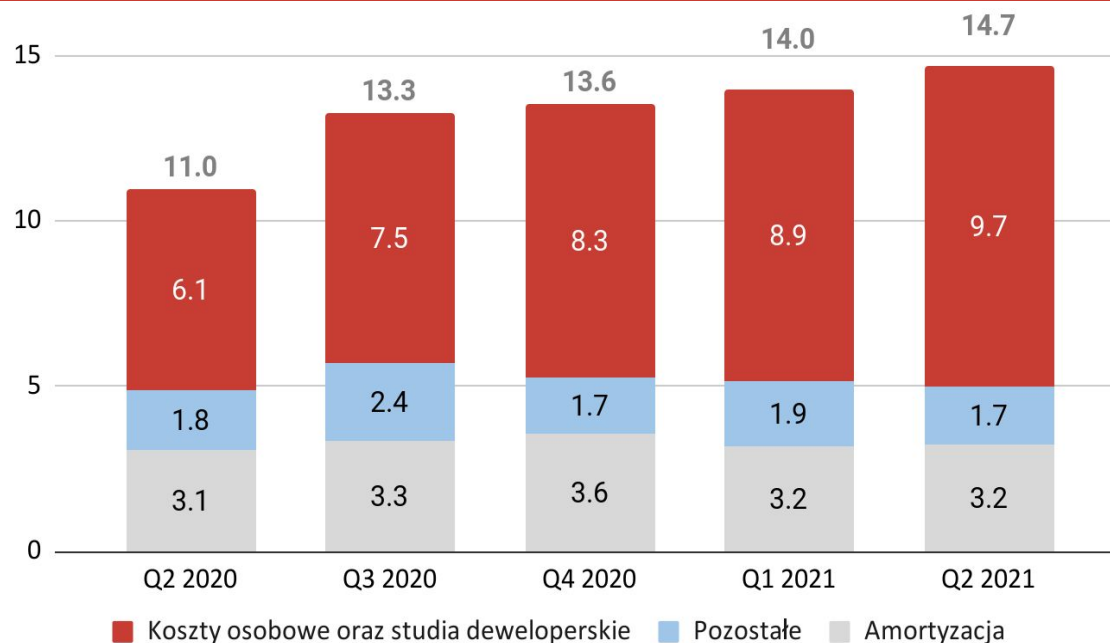


*Prezentowane przychody i UA zawierają wartości z fazy soft launch, które zgodnie z zasadami rachunkowości w Grupie są kapitalizowane jako nakłady na prace rozwojowe.

Koszty.

- W Q2 2021 udział kosztów w przychodach utrzymany na niskim poziomie 21% (33% w Q1 2021)
- Koszty pod kontrolą pomimo skokowego wzrostu przychodów
- Koszty osobowe oraz studia deweloperskie:
 - Pozyskiwanie talentów (deweloperzy gier, kreacje, BI)
 - Inwestycja we współpracę z zewnętrznymi studiami HC
- Stabilny poziom pozostałych kosztów

Koszty rodzajowe pomniejszone o główne koszty zmienne (mln PLN)

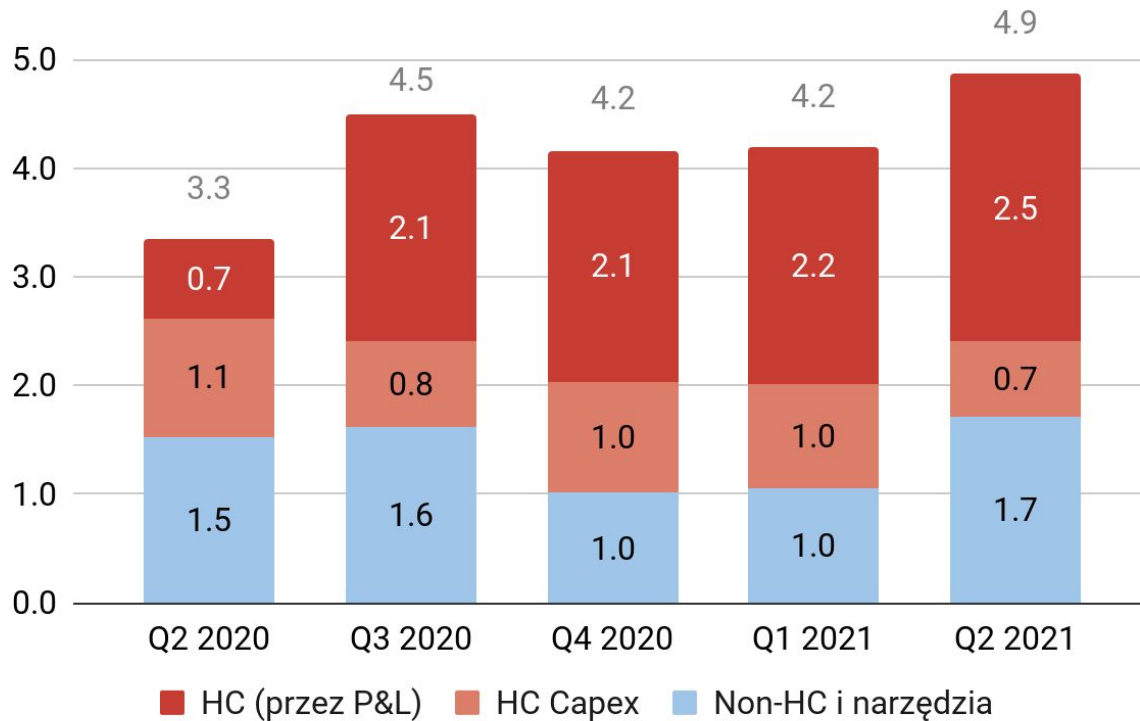


Wydatki inwestycyjne.

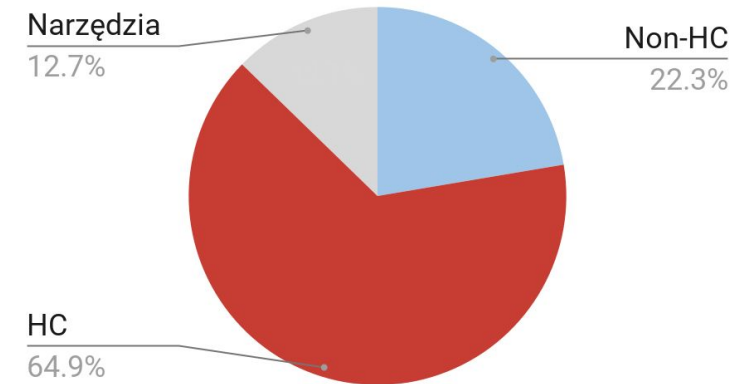
- Inwestycje skoncentrowane na grach HC
- Zwiększony koszt rozwoju gier Mid-Core i narzędzi BI
- Koszty produkcji w P&L oraz CAPEX ze względu na:
 - cykl produkcji HC (duży udział fazy testów prototypów)
 - inwestycja w rozwój współpracy z międzynarodowymi studiami



CAPEX i inwestycje w HC (mln PLN)

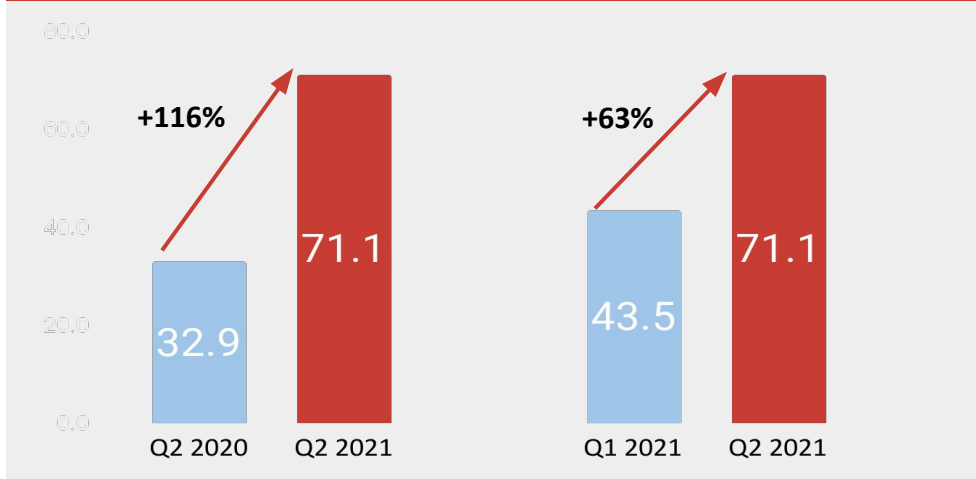


Struktura produkcji (CAPEX and P&L) w Q2 2021

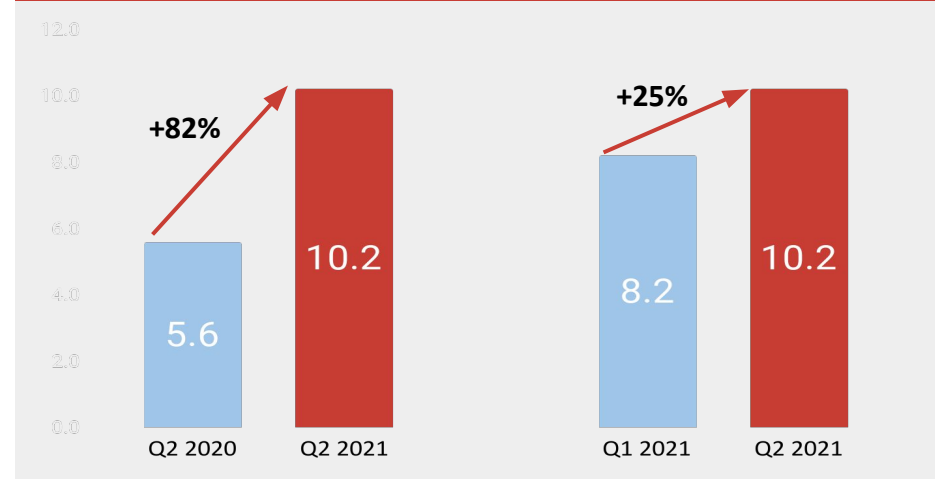


Wyniki.

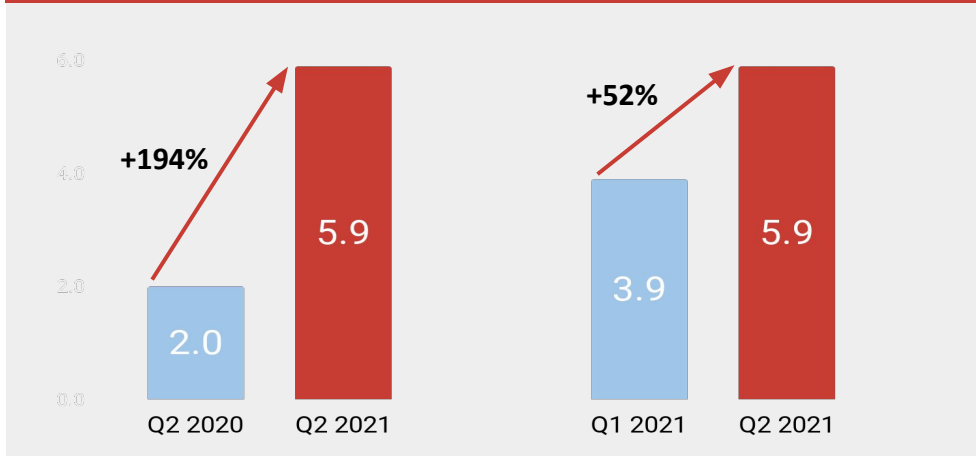
Przychody z gier* (mln PLN)



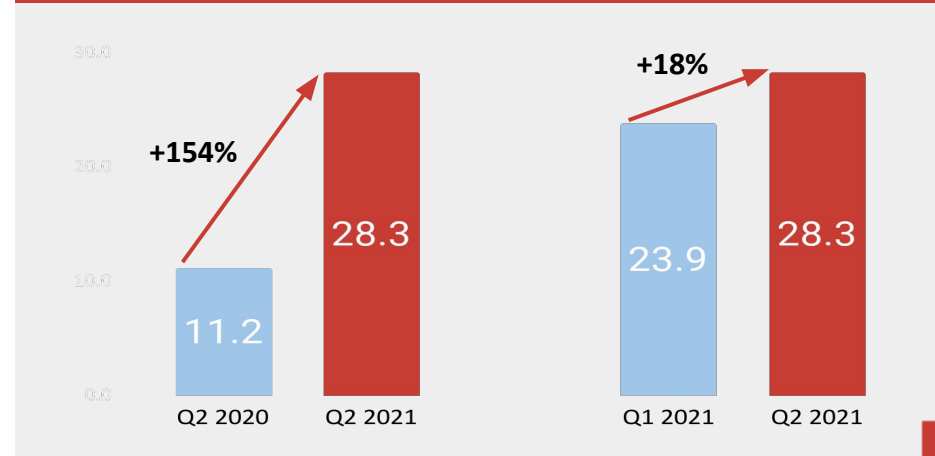
EBITDA (mln PLN)



Zysk netto skorygowany** (mln PLN)



Środki pieniężne (na koniec okresu) (mln PLN)



*Prezentowane przychody zawierają wartości z fazy soft launch, które zgodnie z zasadami rachunkowości w Grupie są kapitalizowane jako nakłady na prace rozwojowe.

**Skorygowane o zdarzenia jednorazowe w Q2 2021 - wycena opcji call dla Level-Up First S.à.r.l. na nabycie 112 udziałów w SuperScale (476 tys. PLN).

BOOMBIT

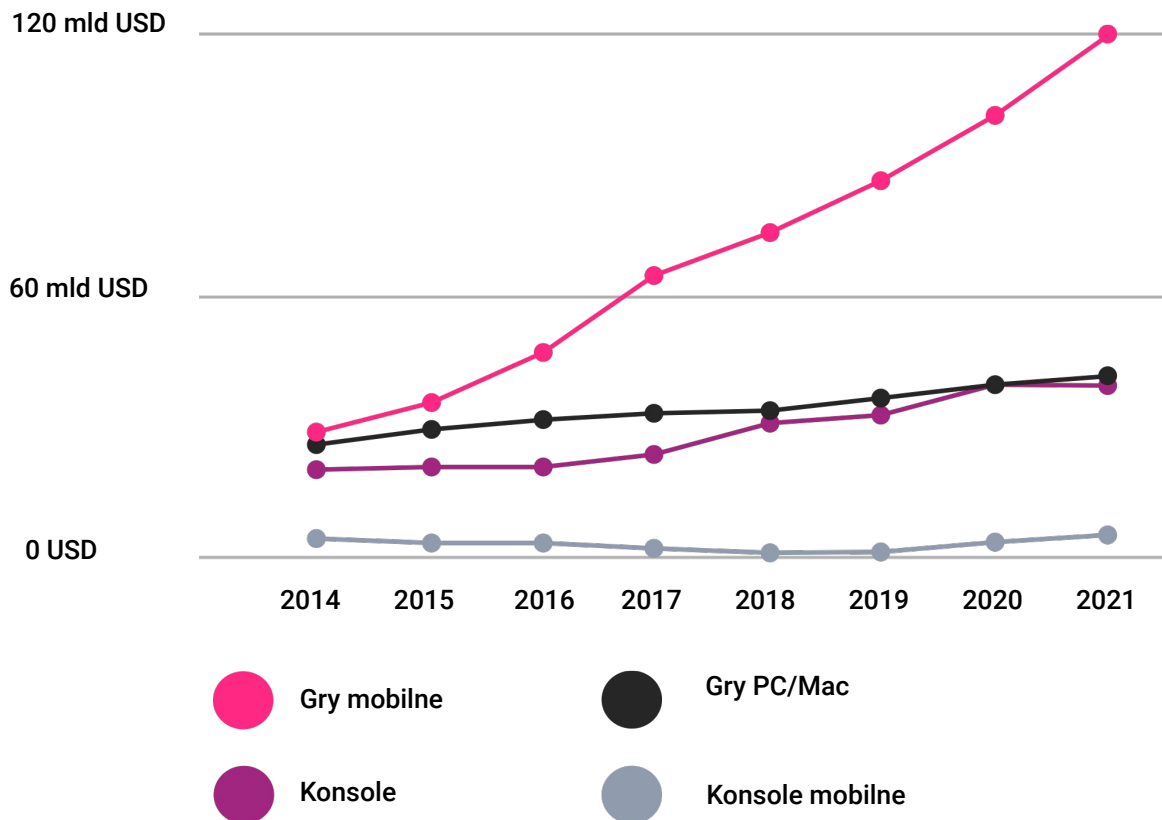
PERSPEKTYWY



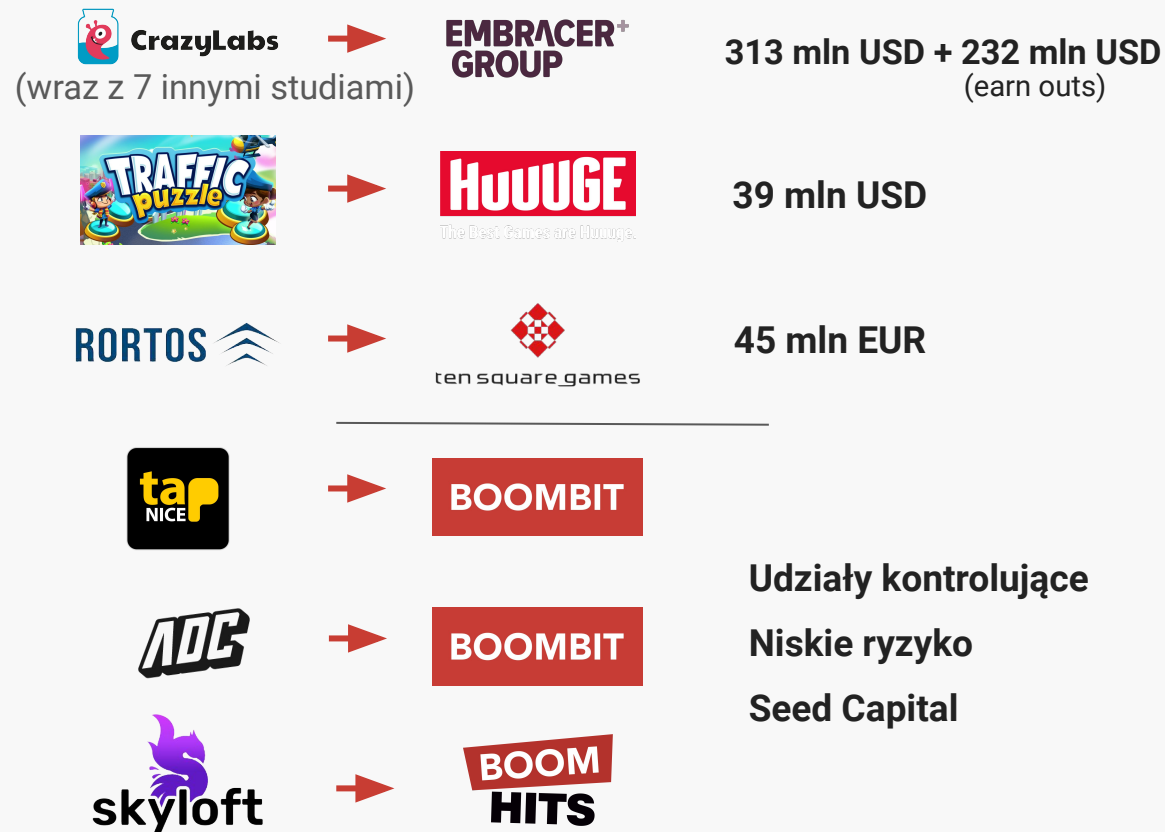
Rosnący rynek gier.

635 transakcji o wartości 60 mld USD w H1 2021, prawie dwukrotnie więcej niż w całym 2020

Globalne wydatki na gry w podziale na urządzenia (mld USD)



Wybrane ostatnie transakcje:



Hyper-Casual Is Here To Stay.

Czołowy gatunek pod względem pobrań

31%

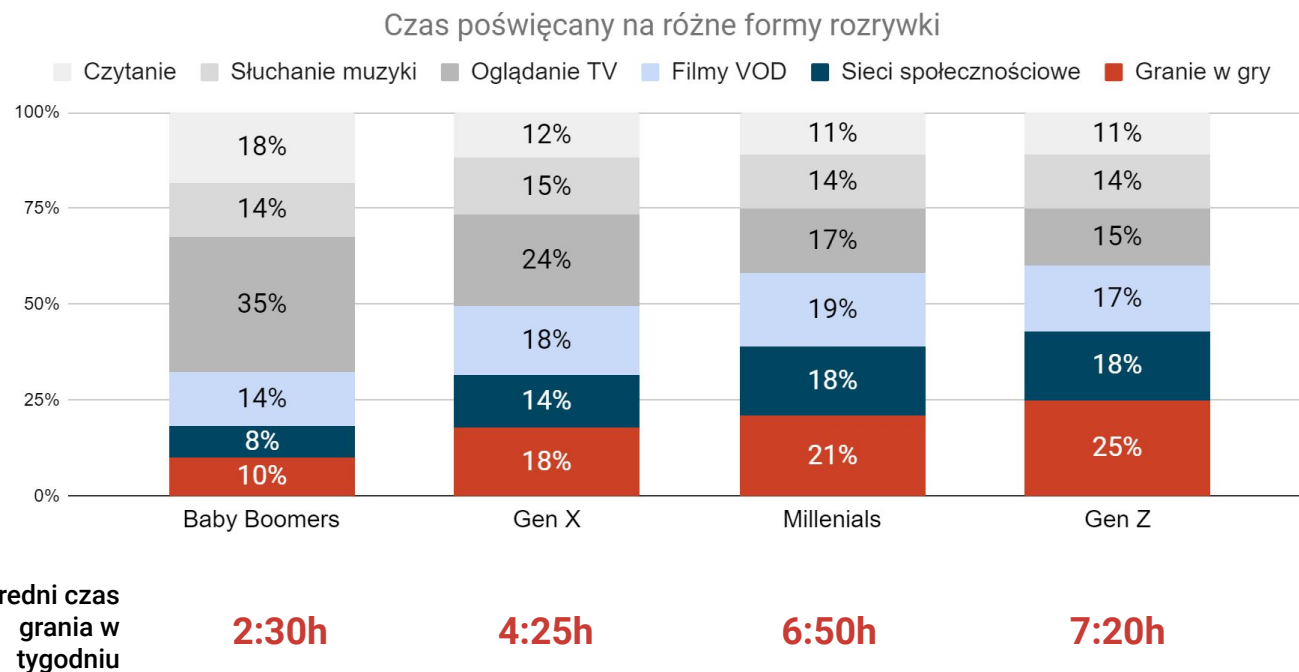
Udział w pobraniach gier

(Dane ogólnoswiatowe, AppStore i Google Play, styczeń - kwiecień 2021),
Źródło: Hypercasual, Market Overview Czerwiec 2021, Google

15% r/r

Wzrost liczby pobrań gier HC w pierwszym półroczu 2021 r.
(Źródło: App Annie Q2 2021)

Millennials i Gen Z poświęca więcej czasu na granie niż na inne aktywności



Źródła użytkowników gier Hyper-Casual:



Podsumowanie & Perspektywy 2021+.



WYNIKI

- **Najlepszy miesiąc w historii: Maj 2021** (Przychody i Zyski)
- **3 kolejne rekordowe miesiące pod względem przychodów: Marzec, Kwiecień, Maj**
- **4 miesiące z przychodami powyżej 20 mln PLN**

- **Udane premiery gier** (Shoe Race, Hunt Royale, Make It Fly, SuperHero Race)
- **Obiecujące perspektywy** (kilkadziesiąt gier na etapie testów)
- **Efektywny UA i Monetyzacja: nowe narzędzia do automatyzacji**



SUKCESY GIER



ROSNĄCY RYNEK

- **HC - najszybciej rosnący segment rynku gier mobilnych: 15% wzrost w H1 2021**
- **Testowanie nowych platform: Facebook Cloud, Skillz**

- **Produkcja wewnętrzna**
- **Działalność wydawnicza** (BoomHits)
- **Joint Ventures** (TapNice, ADC Games, Skyloft)

3

STRUMIENIE PRZYCHODÓW

BOOMBIT

ZAŁĄCZNIKI



Kluczowe dane finansowe.

tys. PLN	Q1 2020	Q2 2020	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021
Przychody*	37 793	32 389	35 776	34 278	42 894	70 677
Przychody - koszty zmienne	14 426	11 518	13 682	13 966	16 004	20 033
EBITDA	10 409	5 644	6 106	125	8 175	10 247
Zysk netto	6 360	2 011	2 005	4 209	3 882	5 528
Zdarzenia jednorazowe**	-	-	377	(2 299)	-	476
EBITDA skor.	10 409	5 644	6 482	6 394	8 175	10 247
Zysk netto skor.	6 360	2 011	2 310	2 347	3 882	5 913
CAPEX	2 912	2 623	2 407	2 034	2 017	2 406
Środki pieniężne (na koniec okresu)	5 564	11 166	14 076	20 748	23 935	28 344

*Prezentowane przychody *nie zawierają* wartości z fazy soft launch, które zgodnie z zasadami rachunkowości w Grupie są kapitalizowane jako koszty rozwoju.

**W 2020 roku odpisy aktualizujące nakłady na prace rozwojowe, wpływ transakcji dotyczącej SuperScale Sp. z o.o. oraz koszty pozyskania dofinansowania w ramach Programu Gamelnn. W 2021 wycena opcji call dla Level-Up First S.à.r.l. na nabycie 112 udziałów w SuperScale.

Proces wydawniczy gier HC.

Rozwój zespołu o ekspertów UA, BI, Data Science, Kreacji Marketingowych i wewnętrzne narzędzia



Silny międzynarodowy zespół.

Wewnętrzne studia deweloperskie

Mamy wiele wewnętrznych zespołów programistycznych, które tworzą gry i technologie do gier mobilnych.

Dział wydawniczy

Ten dział wydaje gry HC tworzone przy współpracy z zewnętrznymi studiami poprzez spółkę Boomhits.

Joint Ventures

Partnerstwa w formie JV z zewnętrznymi deweloperami. W Grupie mamy spółki zależne, takie jak TapNice i ADC Games, zajmujące się produkcją i wydawaniem gier w tej formule.

Tech

Opracowaliśmy autorskie narzędzia umożliwiające drastyczne przyspieszenie procesu tworzenia gier (Core engine) i monetyzacji gier (Boombit SDK). Nasz silnik składa się z ponad 160 autorskich modułów, co pozwala deweloperom skupić się na rozgrywce, a nie na pracy nad mechaniką. Nasze SDK jest używane we wszystkich grach wspierając narzędzia BI, UA i monetyzację.

Pozyskaliśmy dofinansowanie NCBiR na opracowanie autorskiego systemu sztucznej inteligencji, który modyfikuje parametry gry w trakcie rozgrywki.



Silny międzynarodowy zespół.

Marketing i Kreacje

Najlepsze gry zasługują na najlepszą promocję. Nasz światowej klasy zespół dba o to, aby umieścić gry na dobrych pozycjach w sklepach, przygotować kreacje marketingowe i zapewnić ich promocję w mediach społecznościowych.

User Acquisition (UA)

Nieprzypadkowo nasze gry pozostają wysoko w rankingach. Zespół UA, we współpracy z zespołem BI, prowadzi kampanie marketingowe. Razem zapewniają, że gracze instalują i grają w gry BoomBit.

Business Intelligence (BI)

Mamy światowej klasy zespół BI. Ich narzędzia i analizy dostarczają nam informacji na temat gier i użytkowników, pomagając stale poprawiać monetyzację, UA, kreacje i zapewnić podstawę do wysokiej konwersji.

Monetyzacja reklam

Ten zespół ściśle współpracuje z wiodącymi partnerami reklamowymi w branży mobilnej, aby zmaksymalizować przychody z każdego wyświetlenia reklamy, niezależnie od lokalizacji użytkownika.

Quality Assurance

Aby dotrzeć do szerokiego grona odbiorców, gra musi działać na jak największej liczbie urządzeń. Mamy rozległe zespoły kontroli jakości i wsparcia technicznego, aby upewnić się, że na całym świecie można grać w nasze gry.



Disclaimer.

Niniejszy dokument („Dokument”) został opracowany przez BoomBit S.A. Informacje zawarte w Dokumencie zebrano i przygotowano z dochowaniem należytej staranności, w oparciu o fakty i informacje pochodzące ze źródeł uznanych przez BoomBit S.A. za wiarygodne, w szczególności w oparciu o sprawozdanie finansowe.

Żadna informacja zawarta w Dokumencie nie stanowi rekomendacji, porady inwestycyjnej, prawnej ani podatkowej ani też nie jest wskazaniem, iż jakakolwiek inwestycja lub strategia jest odpowiednia i indywidualnie adresowana do instytucji lub jakichkolwiek innych osób, którym Dokument zostanie udostępniony. BoomBit S.A. nie gwarantuje kompletności informacji zawartych w Dokumencie oraz nie przyjmuje odpowiedzialności za skutki decyzji inwestycyjnych podjętych na podstawie Dokumentu. Odpowiedzialność za decyzje inwestycyjne i ewentualne szkody poniesione w ich wyniku ponosi wyłącznie podejmujący taką decyzję. Informacje zawarte w Dokumencie mogą się zdezaktualizować, a BoomBit S.A. nie zobowiązuje się do informowania o tym fakcie.

Dokument ma wyłącznie charakter promocyjny i nie stanowi oferty w rozumieniu prawa cywilnego, oferty publicznej w rozumieniu przepisów o ofercie publicznej, propozycji nabycia, reklamy ani zaproszenia do nabycia akcji BoomBit S.A.

Żaden z zapisów Dokumentu nie tworzy zobowiązania do zawarcia jakiegokolwiek umowy lub powstania jakiegokolwiek stosunku prawnego, którego stroną byłby BoomBit S.A.

BOOMBIT

Thank You

Kontakt IR:

Michał Dalba

+48 533 339 770

boombit@tailorsgroup.pl